

Økonomisk analyse av reiselivet i Sunnhordland



Kilde: Ranveig Marie Nesse

Forord

Rapporten er en verdiskapings- og ringvirkningsanalyse som Menon gjennomfører på vegne av Samarbeidsrådet for Sunnhordland i 2020. Formålet med rapporten er å kartlegge og analysere tilreisendes forbruk, lokalmarkedets betydning og reiselivets produksjon. Vi sammenstiller en rekke kilder og metoder for å gi en best mulig oversikt over reiselivets betydning for lokal verdiskaping og sysselsetting i Sunnhordland som region og hver enkelt kommune.

Rapporten består av to hoveddeler:

- **Del 1: Kartlegging av tilreisende (markedspektivet)**

- Vi identifiserer tilreisende og måler deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetyper.

- **Del 2: Kartlegging av næringen (bedriftsperspektivet)**

- Vi avgrensner reiselivsnæringen og kartlegger utviklingen over tid.

Rapporten analyserer forutsetningene for reiselivet, utviklingen over tid, samt barrierer og utviklingsmuligheter i tiden som kommer.

Arbeidet har vært ledet av Bettina Engebretsen med Endre Kildal Iversen med prosjektansvarlig og kvalitetssikrer. Vi takker Samarbeidsrådet for Sunnhordland for et spennende oppdrag. Forfatterne står ansvarlig for alt innhold i rapporten

Endre Kildal Iversen og Bettina Engebretsen, juni 2020

Variert naturlandskap fra kyst og hav til isbre og fjell gir utallige muligheter

Sunnhordland er den sørvestlige delen av Vestland fylke og reiselivsregionen omfatter de åtte kommunene Austevoll, Bømlo, Etne, Fitjar, Kvinnherad, Stord, Sveio og Tysnes. Regionen huser i underkant av 65 000 innbyggere og utgjør et samlet areal på 2 860 kvadratkilometer.

Sunnhordland har et svært variert naturlandskap. I den ytre delen av regionen er det kystlinjen, havet og et fascinerende øyrike med tusenvis av så og store øyer som preger landskapet. Sør for de største øyene - Stord, Tysnesøya og Bømlo, skjærer Norges nest lengste fjord, Hardangerfjorden også kalt «Dronninga av de norske fjordene» seg inn i nordøstlig retning. Videre i den indre delen av regionen reiser de stolte sunnhordlandsfjellene seg. Her finner høye fjelltopper, høyest av dem alle er Holmaskjer som rager 1565 moh. Fjellene omkranser Norges tredje største isbre, Følgefonna. Fra de bratte fjellsidene stuper noen av de vakreste fossene vi har her til lands.

Tilreisende kan velge å nyte den vakre naturen i ro og stillhet eller oppleve den på nært hold gjennom de utallige aktivitetene som finnes i Sunnhordland. Destinasjon er perfekt for utendørsaktiviteter som vandring, sykkel, ski, båt og fiske, men kan også by på en rekke kulturhistoriske opplevelser. Øyriket, fjorden og fjellene i Sunnhordland byr i tillegg på geologisk arv og kultur av særskilt verdi og har av den grunn fått status som Geopark. Det jobbes for at Sunnhordland Geopark skal oppnå UNESCO-status og dermed bli den fjerde her til lands, noe som vil gi Sunnhordland en internasjonal annerkjennelse for bærekraftig geoturisme. Bærekraft er imidlertid også et helt sentralt prinsipp for satsningen innen reiselivet generelt. Destinasjonen begynte i 2019 sitt arbeid for å bli sertifisert av Innovasjon Norge som et «Bærekraftig reisemål», hvor en ønsker at turismen skal ivareta miljø og lokal kultur, med mål om å sikre en positiv innvirkning og utvikling for lokalbefolkning, reiselivsbedrifter og turister.



**Forutsetninger
for reiseliv**



Reiselivets
utvikling



Barrierer og
utvikling

Siste 20 år: Hytteturismen dominerer, flat utvikling i kommersielle overnattinger, mens utleie øker kraftig

Flere og flere går til anskaffelse av hytter og hyttebesøk har blitt stadig mer populært i Norge. Sunnhordland er ingen unntak. Regionen består av et betydelig antall hytter, 7 350 i alt, og hyttene benyttes hyppig av både eiere, venner/familie og leietakere. Basert på Hytteundersøkelsen i Sunnhordland finner vi at hyttene benyttes om lag 188 dager i året, hvilket betyr at 7 av 10 overnattinger i regionen finner sted i private hytter. Totalt utgjør dette nesten 1,1 million gjestedøgn.

Det kommersielle overnattingsmarkedet i Sunnhordland er relativt lite og utgjør i overkant av 10 prosent av regionens totale gjestedøgn. Hotellene domineres av yrkesreisende, mens ferierende hovedsakelig bor på camping/hyttegrennd. Etterspørselen fra yrkesreisende avhenger av aktivitetsnivået i næringslivet og gjestedøgnstallene svinger derfor fra år til år. Utviklingen i kommersielle ferie/fritidsovernattinger har på sin side nærmest ligget flatt de siste 20 årene, med unntak av fjoråret. Dette til stor forskjell fra nærliggende bydestinasjoner som Bergen og Stavanger, men også naturbaserte destinasjoner som Ryfylke og Hardanger. Utenlandsandelen i Sunnhordland, på 13 prosent, har også ligget langt lavere enn de andre nevnte destinasjonene gjennom en årrekke.

Sunnhordland er et stort område og fordeler seg på hele 2 860 kvadratkilometer, men mangler kommersielle overnattingsaktører i flere av områdene. Dette, i kombinasjon med andre forklaringer som økende popularitet for å leie selvstelsenheter, har slått ut i en sterkt økende utleietrend for hytter, hus, rorbuer ol. gjennom ulike markedsplattformer og hjemmesider. Data fra Airdna viser at utleie i Sunnhordland har vokst betydelig siden 2015 og aller mest i Tysnes, Kvinnherad og Etne. I 2019 beregner vi at utleie utgjorde omtrent 180 000 gjestedøgn i regionen. Tallene viser at turismen ikke har hatt like flat utvikling som de kommersielle overnattingene skulle tilsi – de tilreisende velger riktignok heller å benytte seg av utleieenheter fremfor de kommersielle aktører.



Forutsetninger
for reiseliv



Reiselivets
utvikling



Barrierer og
utvikling

Regionen har et stort potensiale, men det krever betydelig innsats

Det opplevelsesbaserte reiselivet i Sunnhordland er svært variert og byr på et mangfold av aktiviteter, enten det måtte være til vanns eller lands, men destinasjon mangler et «fyrtårn» som forener regionen rundt en enhetlig profil. Regionens åtte kommuner har imidlertid blitt enig om en felles merkevarestrategi knyttet til et bærekraftig reiseliv. Utviklingen av Sunnhordland Geopark kan derfor bidra til å forene reiselivet i regionen rundt en felles identitet – bærekraft. Dette kan gjøre destinasjonen enklere å skille fra andre naturbaserte destinasjoner og tiltrekke flere tilreisende.

Turistene i Sunnhordland har i økende grad benyttet seg av utleieenheter gjennom ulike markedsplattformer. Utbyggere i regionen har uttalt at årsaken til at det ikke bygges ut flere overnattingssteder er fravær av lønnsomhet. Sett i lys av et bærekraftig reiseliv er det derfor helt i tråd med dette prinsippet å heller utnytte tomme boliger og fritidsboliger enn å bygge ulønnsomt. Allikevel ser vi at det kommersielle overnattingsmarkedet henger etter andre liknende destinasjoner både når det gjelder tilstrømmingen av norske og utenlandske turister. Næringslivet i den industritunge regionen har bidratt til høy verdiskaping over mange år og reiselivet nyter derfor godt av den lokale kjøpekraften. Kortreist/lokal turisme er utvilsomt positivt sett fra bærekraftperspektivet, men gjør samtidig reiselivet avhengig av konjunkturer i annet næringsliv. En satsning på turister fra hele Norge og utlandet, vil gi reiselivsnæringen flere ben å stå på. Menon har tidligere vist at en endring i kronekursen vil kunne forvente å føre til i underkant av den samme prosentvise endringen i etterspørselen etter norske hotelltjenester om lag et halvt år etterpå (Aalen, Iversen & Jakobsen, 2015). Et mer utenlandsbasert reiseliv vil derfor kunne ha positive virkninger for næringen når annet næringsliv går dårligere. På sin side kreves det et betydelig arbeid i form av en felles markedsføringsstrategi for å tiltrekke flere turister til Sunnhordland i sommer- og vinterhalvåret. Hvert år er det et høyt antall utenlandske turister som strømmer til områdene rundt Sunnhordland og det virker derfor som regionen har et stort utnyttet potensiale. Potensialet kan være særlig stort i europeiske land som Danmark, Tyskland og Nederland grunnet deres beliggenhet som gjør det relativt enkelt å ta seg til Sunnhordland ved hjelp av bil og ferge.



Forutsetninger
for reiseliv



Reiselivets
utvikling



Barrierer og
utvikling

Innhold: Vi kartlegger reiselivet fra to perspektiver

Del 1 - Markedsperspektivet: Tilreisende til Sunnhordland

Markedsperspektivet krever at man identifiserer kundene og måler deres forbruk fordelt på ulike vare- og tjenestetyper. Vi kartlegger antall tilreisende mennesker fordelt etter sesong, formål med reise, overnattingsmåte og nasjonalitet. Deretter multiseres gjestedøgn med døgnforbruk på varer og tjenester:

- Reiselivstjenester: Overnatting, servering, opplevelser og transport
- Andre utgifter: Handel, håndverkstjenester, tomtekjøp og matriell

Del 2 - Bedriftsperspektivet: Reiselivsnæringen i Sunnhordland

Reiselivsnæringen består av bransjer som primært selger til mennesker på reiser. Næringen består av:

- Overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling.

Avgrensning innebærer at næringen ikke bare er en reiselivsnæring, men næringen selger til flere markeder:

- Tilreisende mennesker
- Lokalbefolkning
- Lokalt næringsliv

Del 1 og del 2 - Økonomisk analyse av reiselivet i Sunnhordland

Markedsperspektivet: Vi kartlegger først tilreisendes totale forbruk og dets betydning for verdiskaping og sysselsetting i del 1.

Bedriftsperspektivet: Deretter kartlegger vi status og utvikling i total verdiskaping og sysselsetting i reiselivsnæringen i del 2.

Tilslutt vurderer vi tilreisendes og reiselivsnæringens betydning for total verdiskaping og sysselsetting i kommunen.

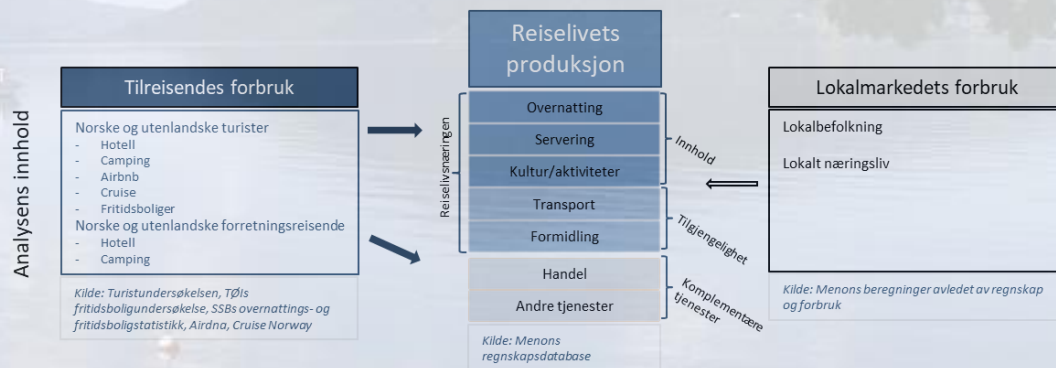
Våre metoder og kilder

Menon har utviklet en **økonomisk beregningsmodell for reiseliv** for å kunne estimere ringvirkninger av **tilreisendes lokale forbruk**. Modellen henter inn informasjon fra overnattingsstatistikk, Innovasjon Norges Turistundersøkelse, Menons regnskapsdatabase (Regnskapsregistrene i Brønnøysund), samt nasjonalregnskapstall og næringskryssløp fra SSB.

Vi legger beregningene av antall gjestedøgn etter overnattingsform og segment til grunn for beregningene av økonomiske effekter. Deretter benyttes informasjon om gjennomsnittlig døgnforbruk fra Turistundersøkelsen. Vi omregner totalt forbruk (omsetning) i ulike vare- og tjenestekategorier til verdiskapings- og sysselsettingstall ved hjelp av **Menons regnskapsdatabase**. Databaseen inneholder regnskapsinformasjon for alle foretak i Norge med plikt til å levere regnskap til Brønnøysundregistrene, og har blitt utviklet gjennom flere år. Herfra trekker vi ut informasjon om samtlige reiselivsbedrifter i Norge, basert på de ulike bransjene som til sammen utgjør **reiselivsnæringen** (overnatting, servering, transport, formidling og opplevelser).

Vi opererer med fire segmenter av norske og utenlandske turister og feriereisende, vi kartlegger verdiskaping i innholdsbransjene, transport og formidling samt andre næringer og underleverandører, og vi viser utviklingen i både turismen og næringslivet over tid.

Vi viser også utviklingen i reiselivsnæringen. Her bruker vi regnskapstall fra de lokale bedriftene i reiselivsnæringen.



Del 1 - Markedsperspektivet: Tilreisende til Sunnhordland



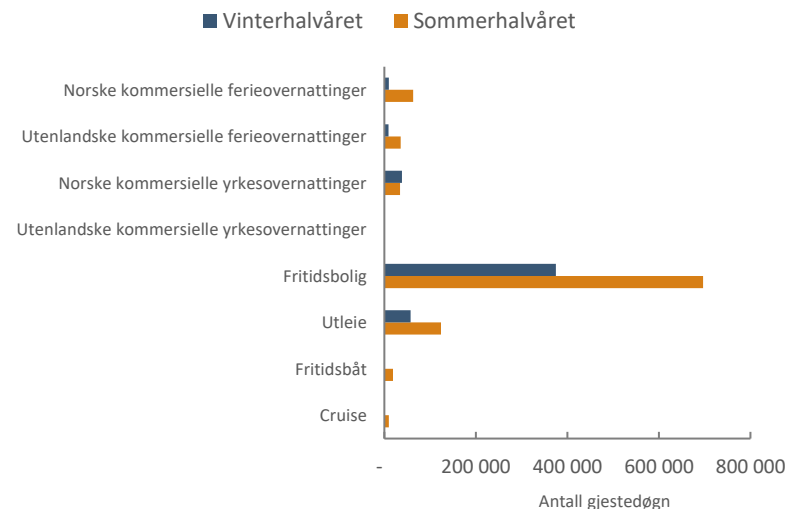
Tilreisende stod for nærmere 1,5 million gjestedøgn i Sunnhordland i 2019 – fritidsboliger dominerer

Det naturlige startpunktet i kartlegging av reiselivet i Sunnhordland er å se hen til hvor mange som besøker regionen årlig. Vi har sammenstilt kommersielle gjestedøgn på hotell, camping og hyttegrend, med data fra Airdna og overnattinger på private hytter i regionen. Samlet finner vi at de tilreisende stod for om lag 1,5 million gjestedøgn i Sunnhordland i 2019.

Regionen består av et betydelig antall hytter, noe som gjenspeiles i gjestedøgnstatistikken. Omtrent 70 prosent av totalt antall gjestedøgn i regionen ble tilbrakt i fritidsboliger i fjor. Hytteundersøkelsen fra Sunnhordland viser at hver hytte skapte omtrent 190 gjestedøgn årlig, aller flest om sommeren. Med andre ord – hyttene brukes hyppig av både eiere og deres besøkende.

Gjestedøgnsoversikten viser at det kommersielle overnattingsmarkedet utgjør en liten del av totalt antall gjestedøgn i Sunnhordland, med sine 13 prosent. Kommersielt overnattende turister besøker regionen hovedsakelig om sommeren, mens yrkesreisende overnatter omtrent like mange døgn på sommeren som på vinteren. Like stor andel, 13 prosent, utgjør også overnattingene i utleieenheter annonsert gjennom ulike markedsplattformer.

Antall gjestedøgn per segment og sesong i 2019. Sommersesongen strekker seg fra mai til oktober, mens vintersesongen strekker seg fra november til april. Merk at Airbnb også kan inkludere utleie gjennom andre utleieplattformer. Kilde: Menon, Statistikknett.



Nesten 70 prosent av hotellovernattingene i Sunnhordland er jobbrelaterte reiser

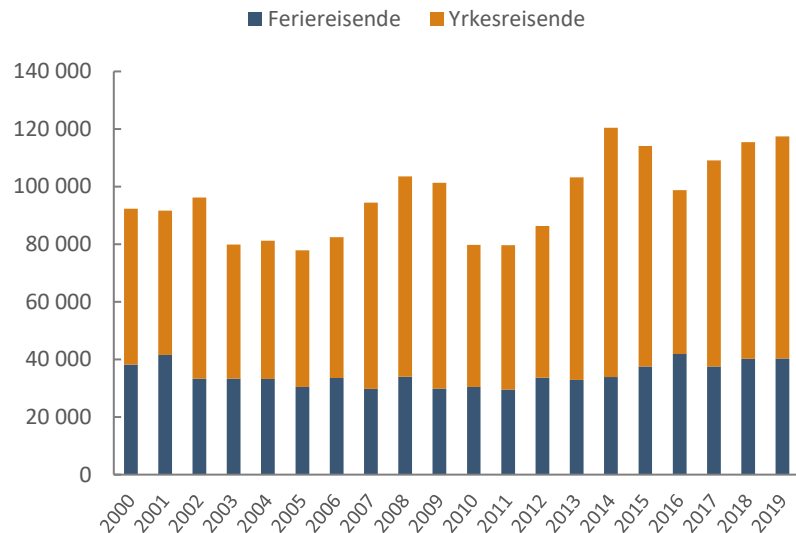
Norge har blitt et stadig mer populært reisemål for både norske og utenlandske turister, hvilket har gitt utslag i et økende antall gjestedøgn. Det samme synes ikke å være tilfelle for Sunnhordland. Antall ferierelaterte overnattinger på hotell har ligget tilnærmet flatt de siste 20 årene.

Retter vi derimot blikket mot de yrkesreisende ser vi en underliggende positiv trend i antall overnattinger gjennom tidsperioden, men med store årlige svingninger. Det er aktivitetsnivået i andre deler av næringslivet i Sunnhordland som avgjør etterspørselen etter yrkesrelaterte overnattinger til enhver tid. Store utbygginger, slik som Midtfjellet Vindpark ol., har også bidratt til et midlertidig oppsving i overnattingene. Etterspørselssvingningene hotellaktørene står overfor er dermed utenfor deres kontroll og må tolkes deretter.

De yrkesreisende utgjør den klart største gruppen hotellovernattingene i Sunnhordland, med 70 prosent av alle hotellovernattinger. Aktørene har dermed en viktig støttefunksjon for annet næringsliv i regionen, gjennom å muliggjøre hotellovernattinger i områdene selskapene faktisk er lokalisert.

Utvikling i antall gjestedøgn på hotell fordelt på ferie- og yrkesreisende. 2000-2019.

Kilde: Statistikknett

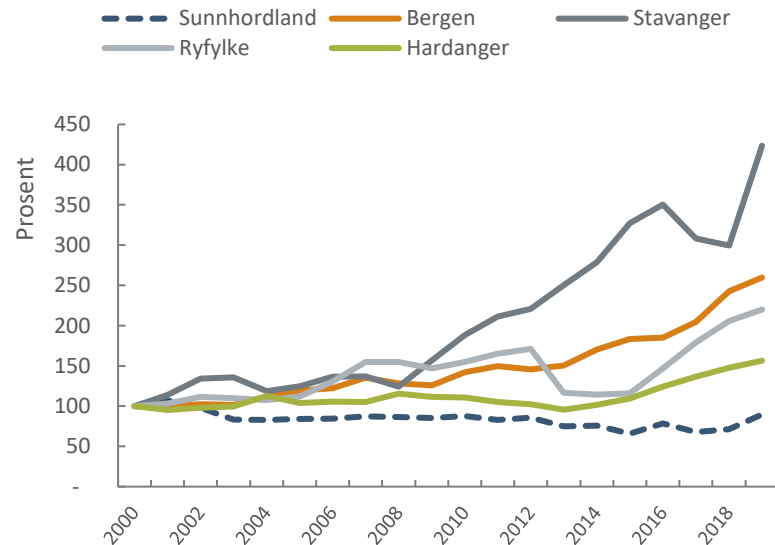


Turister strømmer til omkringliggende områder – Sunnhordland henger etter

Gjestedøgnstatistikken for hotell viser en vedvarende lav andel turister i Sunnhordland. For å vurdere om dette er et spesielt særtrekk ved denne destinasjonen, sammenlikner vi utviklingen i ferie- og fritidsrelaterte kommersielle overnattinger i Sunnhordland med omkringliggende områder. Vi har valgt ut fire destinasjoner som alle har noen klare fellestrekk med Sunnhordland. De to bydestinasjonene, Bergen og Stavanger, har et betydelig innslag av yrkesreisende grunnet mye annet næringsliv i kommunene, mens Ryfylke og Hardanger er valgt ut ettersom disse destinasjonene hovedsakelig baserer seg på et mer naturpreget reiseliv.

Som figuren viser har turismen i Sunnhordland ligget flat gjennom de siste 20 årene og i så måte gått glipp av to ulike «turistbølger» vi observerer. Den første bølgen kom i etterkant av finanskrisen – hvor særlig turismen i byene vokste, mens den andre bølgen slo inn over de naturbaserte destinasjonene i etterkant av oljekrisen i 2014. Tilstrømmingen av turister til områder rundt Sunnhordland viser at den lave turistandelen kun er et «lokalt» fenomen og at destinasjonen i så måte skiller seg klart ut fra de andre ved å ha en langt svakere turistutvikling enn omkringliggende områder. Det må imidlertid nevnes at 2019 var et svært godt år for campingplassene i regionen, med en vekst 44 prosent fra året før. Dette bidro til en liten oppadgående kurve det siste året i figuren til høyre.

Indeksert utvikling i ferie- og fritidsrelaterte kommersielle overnattinger ved ulike destinasjoner. Basisår=2000. Kilde: Statistikknett

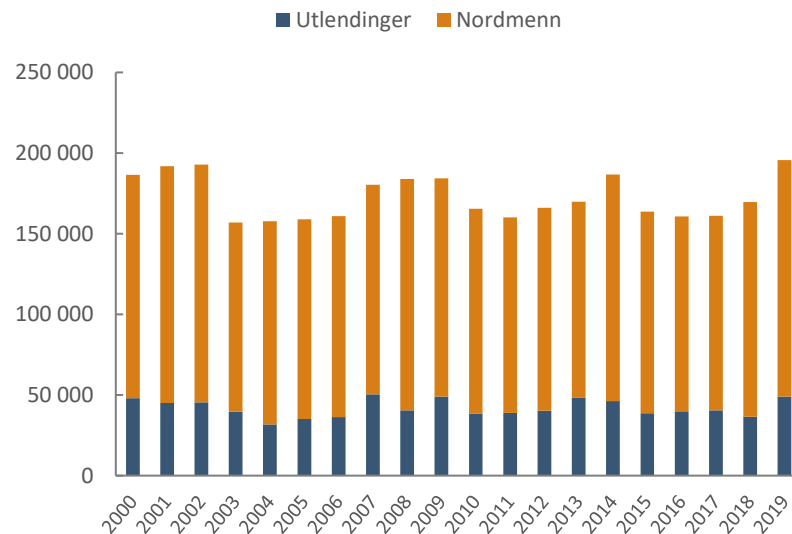


Kun 1 av 4 kommersielt overnattende er fra utlandet - 70 prosent av utlendingene bor på camping

De fleste som besøker Sunnhordland er fra Norge. Utlendinger stod for kun en fjerdedel av de kommersielle gjestedøgnene i regionen i 2019. Dette er intet nytt ettersom utenlandsandelen har ligget på omtrent det samme nivået gjennom de siste 20 årene. Utenlandske tilreisende som bor på kommersielle overnattingssteder representerer et bredt spekter av nasjonaliteter. Flest kommer imidlertid fra Polen, Storbritannia, Nederland og USA.

Det er riktignok stor forskjell i utenlandsandelen blant gjester som bor på hotell og camping/hyttegjeng. Statistikk fra de totalt 14 hotellene i regionen som rapporterer statistikknett, viser at aktørene domineres av norske tilreisende - mer konkret norske yrkesreisende. Andelen gjestedøgn for utenlandske tilreisende var i 2019 på 13 prosent. Campingaktørene melder på sin side om en langt høyere utenlandsandel blant de besøkende. Over halvparten av campingturistene kommer nemlig utenlands fra. Majoriteten, 75 prosent, av campingturistene bor i hyttegjenger eller på sesongcamping, mens de resterende fordeler seg med dobbelt så mange overnattende i bobil som i telt/campingvogn.

Andel norske og utenlandske kommersielle gjestedøgn i Sunnhordland. Kilde: Statistikknett



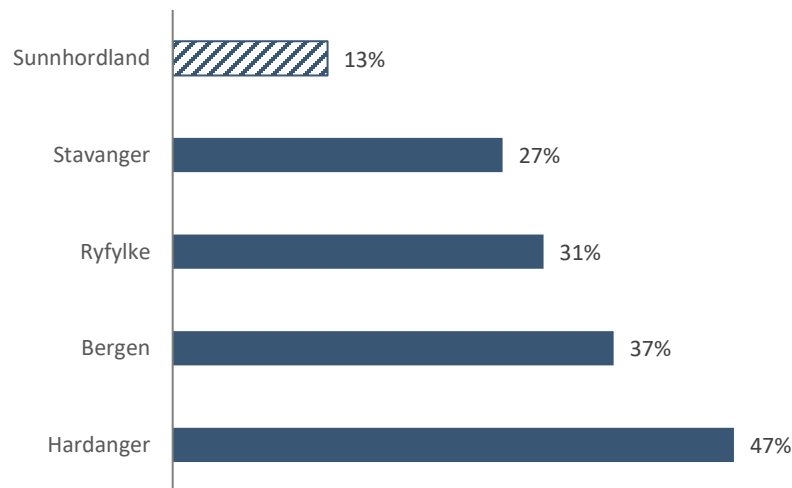
Hotellene i Sunnhordland har betydelig lavere utenlandsandel enn andre destinasjoner i Norge

Hotellenes svært lave utenlandsandel har som nevnt vært et vedvarende faktum de siste 20 årene i Sunnhordland. Er dette også gjeldende for andre destinasjoner eller er det nok et særtrekk ved Sunnhordland? For å svare på det sammenlikner vi den utenlandske andelen gjestedøgn ved hoteller i Sunnhordland med de omkringliggende destinasjonene introdusert tidligere.

Som det fremkommer av figuren er det liten tvil om at Sunnhordland skiller seg klart ut fra de andre destinasjonene når det gjelder utenlandsandelen. Aller høyest andel finner vi i Hardanger med nærmere 50 prosent, mens Stavanger har lavest andel etter Sunnhordland med nesten 30 prosent. Nivåforskjellene vi observerer har eksistert i svært mange år. Forskjellene ble imidlertid ytterligere forsterket i etterkant av oljekrisen i 2014, da kronekursen depresierte og norske reiser ble billigere relativt til reiser i andre land. De andre destinasjonene tiltrakk seg i denne perioden flere utlendinger, mens Sunnhordland hadde en flat utvikling.

Dette viser at tilstrømmingen av utenlandske turister eksisterer i områdene rundt Sunnhordland, men at kommersielt overnattende turister ikke reiser innom øyriket. Helt unaturlig kan dette ikke sies å være, siden aktører blant annet poengterer at utenlandsmarkedet i liten grad har blitt satset på.

Andel utenlandske gjestedøgn på hotell ved ulike destinasjoner i 2019. Kilde: Statistikknett



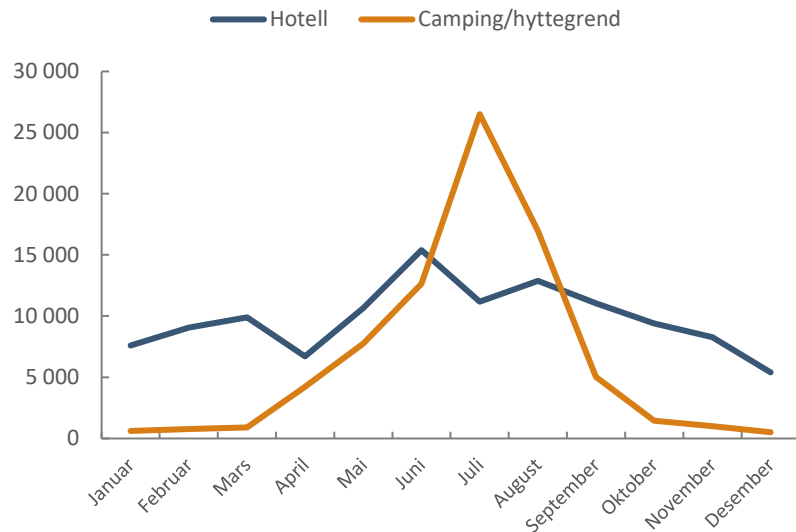
Hotellene har en relativt jevn fordeling av gjestedøgn gjennom året, mens campingturistene strømmer til om sommeren

Destinasjoner med et betydelig innslag av yrkestrafikk har generelt mindre sesongvariasjon enn turistdestinasjoner. Dette er en av grunnene til at yrkesreisende anses som attraktive kunder for hotellene i Sunnhordland. Gjennom året er etterspørselen etter hotellovernattinger i regionen relativt jevnt fordelt, med en topp før sommerferien når mange prosjekter i næringslivet skal ferdigstilles. Interessant er det at hotellenes gjestedøgn faktisk synker i juli når sommerturismen i Norge blomstrer som mest.

Den stabile sesongprofilen de yrkesreisende gir, er positivt for hotellene ved at driften er inntektsinnbringende gjennom hele året. På den måten blir aktørene mindre sårbare for sviktende etterspørsel i enkeltmåned. Det betyr også at hotellenes etterspørsel er svært høy i ukedagene, mens de har færre besøkende i helgene.

I motsetning til hotellgjestene strømmer campingturistene til regionen om sommeren, særlig i juni, juli og august, mens etterspørselen nærmest er fraværende om høsten og vinteren.

Antall kommersielle gjestedøgn fordelt på måneder i 2019. Kilde: Statistikknett

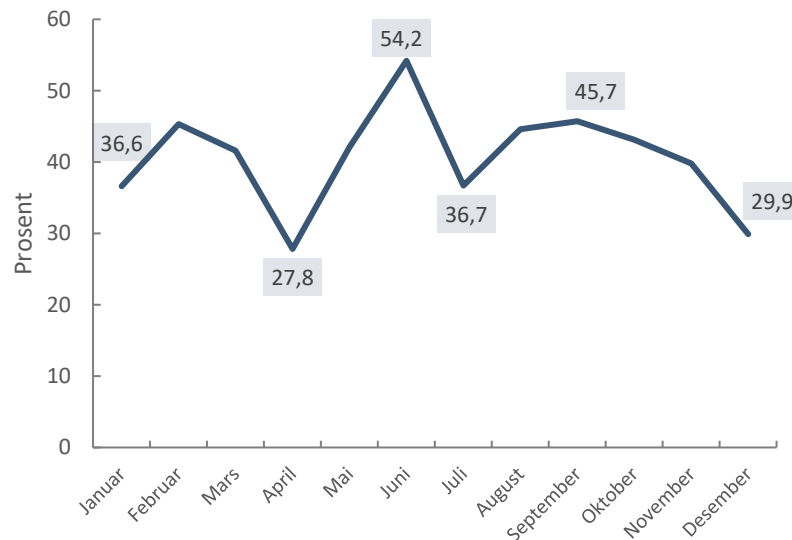


Til tross for mange yrkesreisende er det mye ledig hotellkapasitet i regionen året rundt

Som tidligere fastslått er yrkesreisende primærgjestene til hotellene i Sunnhordland, mens det kommer et fåtall kommersielt overnattende turister til regionen. Det er derfor interessant å undersøke hvorvidt de yrkesreisende opptar en så stor andel av hotellkapasiteten at turister blir fortrengt.

Vi ser derfor hen til kapasitetsutnyttelsen av rom gjennom månedene i fjoråret. Gjennomsnittlig lå utnyttelsesgraden på omtrent 40 prosent i 2019, men som figuren viser svinger kapasitetsutnyttelsen i tråd med etterspørselen etter hotellovernattinger i regionen. Høyest etterspørsel finner vi i juni med tilhørende kapasitetsnyttelse på 54 prosent. Enkelte store overnattingsaktører vi har vært i kontakt med opplever stor pågang inn mot sommersesongen og har derfor vanligvis sprengt sin kapasitet i denne perioden. Gjennomsnittstallet viser imidlertid at regionen har mange ledige hotellrom gjennom alle årstider. Romkapasiteten kan med andre ord ikke sies å være en medvirkende årsak til uteblivelsen av turisttilstrømmingen, men må heller sees på som en mulighet for en større satsning om å tiltrekke seg både norske og utenlandske turister i fremtiden.

Kapasitetsutnyttelse av rom på hotellene i 2019 per måned. Kilde: Statistikknett



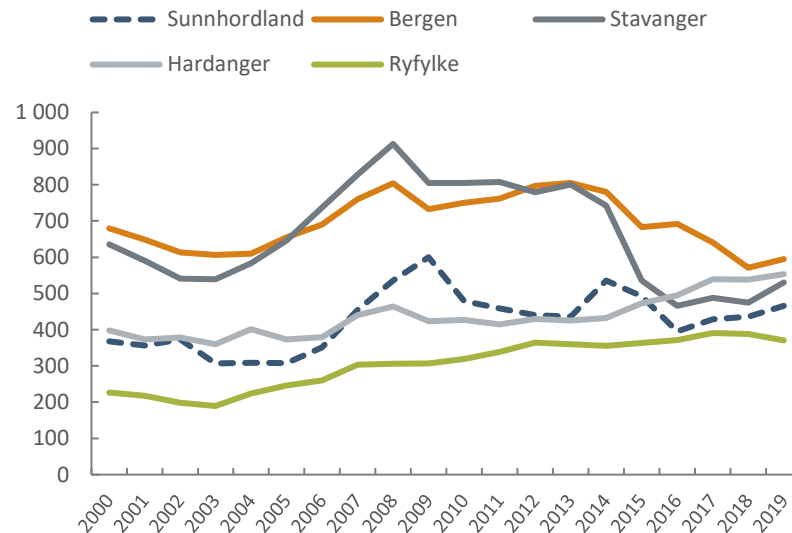
RevPAR: Hotellenes lønnsomhet svinger i takt med næringslivets aktivitetsnivå

RevPAR belyser hotellenes inntekter i forhold til den disponible kapasiteten. Den bestemmes dermed av pris per solgte rom og av kapasitetsutnyttelsen. Utviklingen i RevPAR har variert mellom 300 og 600 kroner i Sunnhordland i perioden 2000-2019.

Hotellene ved naturdestinasjonene, Hardanger og Ryfylke, har hatt en jevnt økende lønnsomhet siden starten av 2000. Lønnsomheten har imidlertid vært jevnt over betydelig høyere i bydestinasjonene enn i de naturbaserte samtidig som svingningene har vært langt større fra år til år. I likhet med byene svinger lønnsomheten på hotellene i Sunnhordland i takt med etterspørselen i næringslivet. RevPAR falt i perioden etter finanskrisen og oljekrisen i både Sunnhordland, Bergen og Stavanger, men Stavanger ble rammet aller hardest av oljeprisfallet i 2014. Dette fordi næringslivet i Sunnhordland og Bergen er bredere sammensatt i motsetning til næringslivet Stavanger som er svært oljerettet.

Etterspørselsnedgangen etter hotellovernattinger i annet næringsliv i byene og lønnsomhetsveksten ved turistdestinasjonene har bidratt til langt mindre forskjeller i RevPAR mellom destinasjonene de siste årene.

RevPAR: Inntekt per disponibelt rom i Sunnhordland. 2000-2019. Kilde: Statistikknett



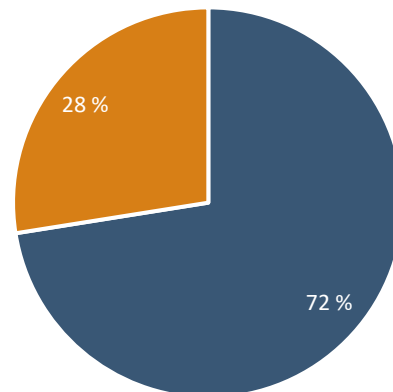
Hytteturistene står for over 7 av 10 overnattinger i Sunnhordland

Til nå har vi pekt på at Sunnhordland er en forretningsdestinasjon basert på fordelingen av de kommersielle overnattingene. Tar vi imidlertid i betraktning alle tilreisende til regionen domineres gjestedøgnstallene helt klart av hytteturismen. Hele 7 av 10 tilreisende i regionen overnatter i private hytter. Vi har benyttet Hytteundersøkelsen i Sunnhordland, i kombinasjon med andre kilder, til å anslå at hver hytte brukes omtrent 188 dager i året. I henhold til hytteundersøkelsen blir hyttene brukt i snitt 66 dager i året av i gjennomsnitt 2,85 besøkende personer per gang. I dette tallet er dagene hytteeier selv besøker hytten inkludert, men også de dagene den lånes ut eller leies bort.

Samlet finner vi at tilreisende overnatter nærmere 700 000 dager i fritidsboliger på sommeren, mens hyttene blir brukt omtrent 375 000 dager om vinteren.

Andel av overnattingene i regionen som har funnet sted i fritidsboliger. Kilde: Hytteundersøkelsen i Sunnhordland og Statistikknett

■ Fritidsbolig ■ Andre overnattingsformer



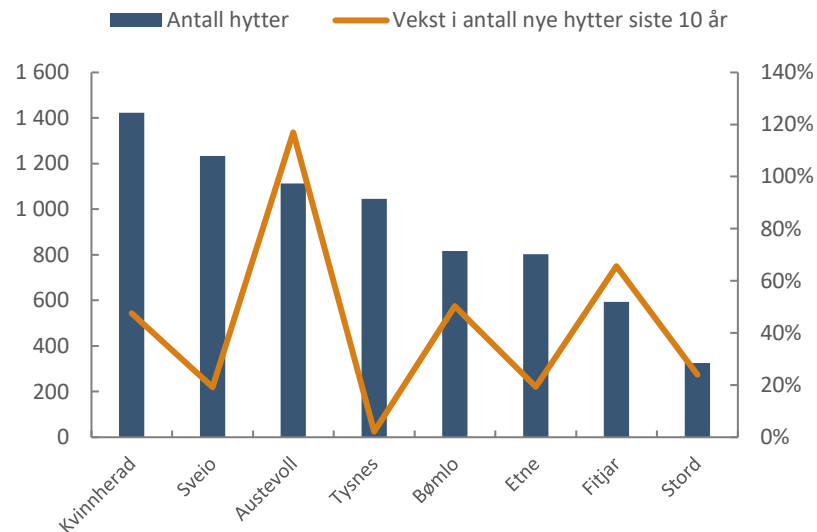
7 350 fritidsboliger totalt i regionen – Kvinnherad er den største hyttekommunen

En av grunnene til at hytteturismen dominerer gjestedøgntallene i Sunnhordland er at hyttene benyttes relativt mange dager i året. En annen grunn er at regionen huser et betydelig antall hytter – 7350 totalt. Aller flest hytter finner vi i Kvinnherad, mens veksten i antall hytter de siste 10 årene har vært klart høyest i Austevoll.

Mange av innbyggerne i Sunnhordland har hytte i samme region som sitt bosted. Vi definerer imidlertid «en tilreisende» som en overnattende person med bosted utenfor regionen vi analyserer. Av den grunn benytter vi data over hytteeierens bosted til å avgjøre om de anses som tilreisende eller ikke. I snitt gjelder det for omtrent 30 prosent av hytteeierne i Sunnhordland og dette har vi korrigert for i gjestedøgntallene omtalt på forrige side. Men det betyr ikke at lokal hytteturisme er mindre viktig av den grunn. Selv om hytteeiere som bor i regionen kan sies å legge igjen det samme forbruket uavhengig om en er på hytta eller hjemme, er alternativet at eieren har hytte i et annet område eller heller velger å reise utenlands. Med andre ord vil forbruket tilfalle aktører i andre kommuner dersom innbyggere i Sunnhordland velger en av de nevnte alternativene i stedet for å ha hytte i egen region – noe som vi være negativt for reiselivsrelaterte næringer.

Antall hytter i regionen per kommune og vekst i antall nye hytter de siste 10 år.

Kilde: Statistikknett

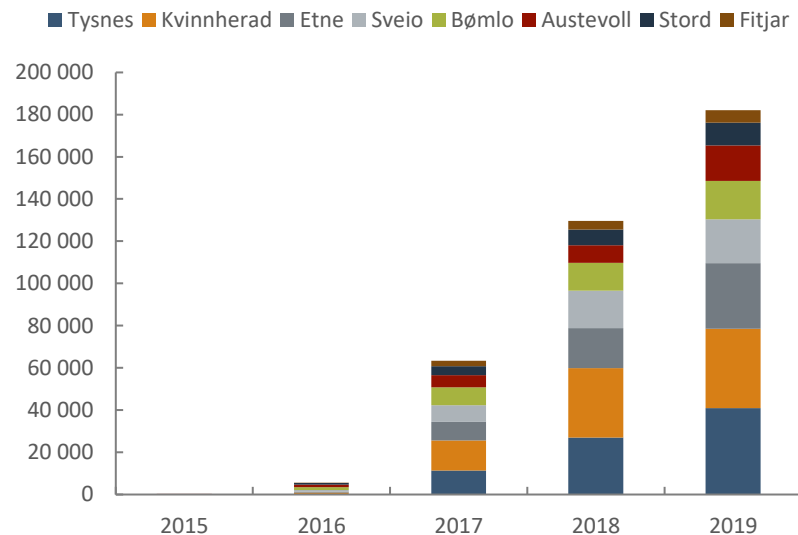


Kraftig vekst i utleie – tallene må imidlertid tolkes med forsiktighet

En stadig større del av innbyggerne og hytteeierne i Norge leier ut sine enheter gjennom ulike markedsplattformer som Airbnb, Finn, Homeaway ol. Siden den offisielle reiselivsstatistikken ikke publiserer informasjon om privat utleie har vi hentet inn data fra Airdna. Airdna har imidlertid ikke direkte tilgang til gjestedøgnstall fra plattformene, men bruker maskinlæring til å skrape nettiden til Airbnb og Homeaway for å finne informasjon om privat utleie. Metoden byr på en rekke utfordringer og nivået på tallene må derfor tolkes med forsiktighet. I de tilfellene hvor utleier benytter flere plattformer samtidig, vil Airdna sin metode ikke bare fange opp reservasjoner gjennom Airbnb og Homeaway, men også de andre plattformene. Mindre selskaper som driver med utleie av egen eller leid fast eiendom, eksempelvis rorbuer, utenfor markedsplattformene har vi heller ingen offisiell statistikk på. Vi har imidlertid kartlagt aktørene gjennom internettstøk. Det finnes mange enkeltstående aktører, som leier ut relativt få enheter hver seg. Ettersom aktørene ikke rapporterer inn antall gjestedøgn og det varierer hvor mange dager i året aktørene får leid ut sine rorbuer, har vi ikke grunnlag nok for å tallfeste gjestedøgnene nærmere. Siden Airdna-tallene trolig er noe overestimert, mener vi imidlertid at utleie av rorbuer og andre utleieenheter er ivarettatt gjennom dette datagrunnlaget.

Med det i mente finner vi at utleie utgjør omtrent 182 000 gjestedøgn i Sunnhordland og veksten har vært eksplosiv siden 2015, særlig i Tysnes, Kvinnherad og Etne. Den kommersielle overnattingsstatistikken viser at turisttilstrømmingen til regionen har vært stabil. Tallene for utleie forteller imidlertid en litt annen historie – turistene har i økende grad besøkt Sunnhordland de siste tre årene, men velger å bo i utleieenheter fremfor å benytte kommersielle overnattingsaktører.

Antall gjestedøgn i boenheter leid gjennom Airbnb eller andre markedsplattformer i Sunnhordland i perioden 2015-2019. Kilde: Airdna



Økende satsing på båtturisme – stabile gjestedøgnstall siste 10 år

Sunnhordland, som et kystperlerike, har lange tradisjoner innen båtturisme. I den ytre delen av Sunnhordland er det et unikt kystlandskap hvor båtturister kan ferdes mellom øyer og holmer. Den indre delen av Sunnhordland fremstår som en stor kontrast til kysten, da området byr på stupbratte fjell, lange fjordarmer, fossefall og isbreer.

I 2010 ble det gjennomført en analyse av båtturismen i Sunnhordland, hvor det blant annet ble kartlagt antall gjestedøgn tilbragt i gjestehavner i regionen, om lag 20 000 totalt. I etterkant har det imidlertid ikke blitt gjennomført tilsvarende undersøkelser og vi har derfor vært i kontakt med en rekke aktører i regionen, samt gjestehavner for å få et innblikk i båtturismens utvikling. Den innhentede informasjonen tilsier at det har vært en økende satsning på båtsegmentet, med etablering og oppgradering av gjestehavner. Det har imidlertid ikke ført til noen eksplisiv vekst, da det var bred enighet blant de kontaktede om at det har vært en stabil utvikling de siste 10 årene. Vi finner enkelte innslag av utenlandske båtturister, men i all hovedsak kommer de tilreisende fra Norge. Nærmere halvparten kommer fra regionen selv og regnes derfor ikke med i de 20 000 gjestedøgnene fra tilreisende, som finner sted i gjestehavnene.

Bekkjjarvik Havn: Kilde: Visit Sunnhordland



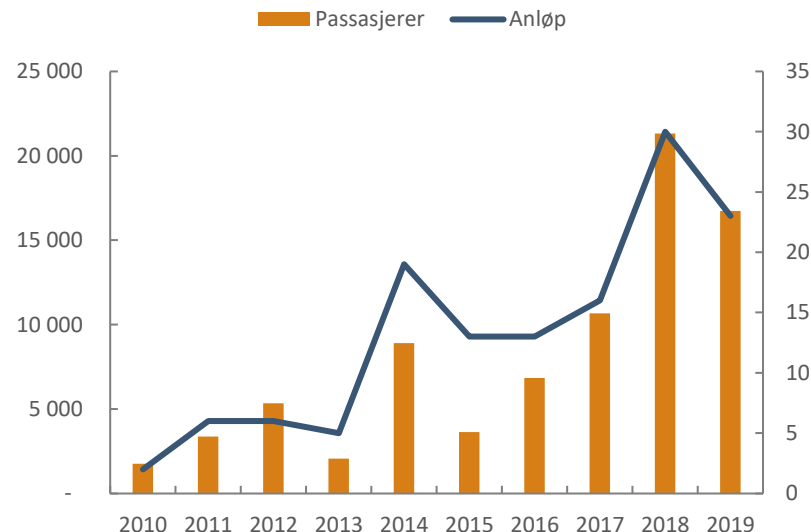
Økning i antall anløp og gjester fra cruiseskip – passasjerene utgjør kun 1 prosent av gjestedøgnene i regionen

I Norge er det 15 destinasjoner som har fått merket Bærekraftig Reisemål og reiselivet i Sunnhordland ønsker å bli en av de neste. Merkeordningen Bærekraftig Reisemål er et verktøy for reisemål som ønsker å arbeide langsiktig for en mer bærekraftig lokal reiselivsutvikling. Omtrent 70 prosent av all cruisetrafikken i Norge skjer på Vestlandet og det har blitt et betydelig større fokus på bærekraftig cruiseturisme ved at destinasjonene må å ha et bevisst forhold til forvaltning, utslipp, verdiskaping og menneskemengder.

Med et klart fokus på regionen som et bærekraftig reisemål har Sunnhordland i liten grad valgt å satse på cruiseturisme. Allikevel viser utviklingen i antall cruiseanløp- og passasjerer en betydelig vekst siden 2010. 70 prosent av cruisepassasjerene besøker Rosendal Havn i Kvinnerød, mens omtrent alle de andre cruiseturistene la til kai på Stord. Til tross for høy vekst utgjør cruisepassasjerene en dråpe i havet av antall tilreisende til regionen årlig ved å kun stå for 1 prosent av totalt antall gjestedøgn. Grunnet strenge smittevernsrestriksjoner fra helsemyndighetene på grunn av utbruddet av Corona-viruset vil cruiseturismen sannsynligvis nærest stoppe helt opp sommeren 2020.

Utvikling i antall cruiseanløp og cruisepassasjerer årlig til Sunnhordland, 2010-2019

Kilde: Kystdatahuset.no

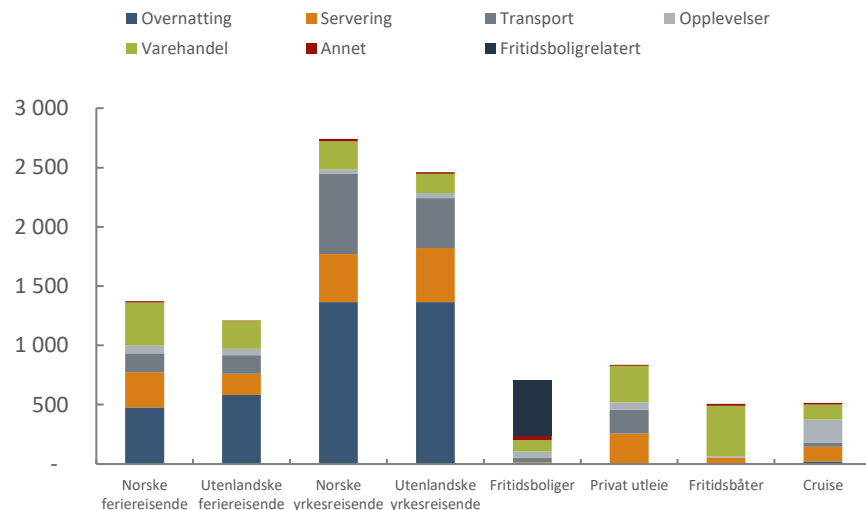


Yrkesreisende har det høyeste døgnforbruket, mens hytte-, båt- og cruiseturistene har det laveste

I det videre ser vi nærmere på de tilreisendes forbruk i Sunnhordland og tilhørende ringvirkninger for kommunen. Beregningene baserer seg på Innovasjons Norges Turistundersøkelse, hvor et stort antall reisende på forskjellige destinasjoner blant annet svarer på hvor mye penger de har brukt. Det er usikkerhet forbundet med tallene. En mulige feilkilde er at forbrukstallene er selvrapporterte, men det knyttes også usikkerhet til hvorvidt intervjuobjektene utgjør et representativt utvalg. Intervjuene til Turistundersøkelsen blir i stor grad foretatt ved kommersielle overnattingssteder. Av den grunn baserer vi forbruket ved egne hytter på en undersøkelse fra TØI, samt hytteundersøkelsen i Sunnhordland.

Det beregnede døgnforbruket for ulike segmenter viser at norske yrkesreisende bruker klart mest, 2 740 kroner, tett etterfulgt av utenlandske yrkesreisende som bruker 300 kroner mindre. Feriereisende bruker over 1 200 kroner i døgnet. Hytteturistene bruker i utgangspunktet langt mindre, med sine 240 kroner. Inkluderer vi investeringer, vedlikehold og oppgradering av hyttene øker derimot tallet med 458 kroner. Hytteturistenes døgnforbruk ender da opp på 700 kroner.

Gjennomsnittlig døgnforbruk fordelt på forbrukskategorier. Kilde: Innovasjon Norges Turistundersøkelsen 2018, TØI (2008) og hytteundersøkelsen - bearbejdet av Menon



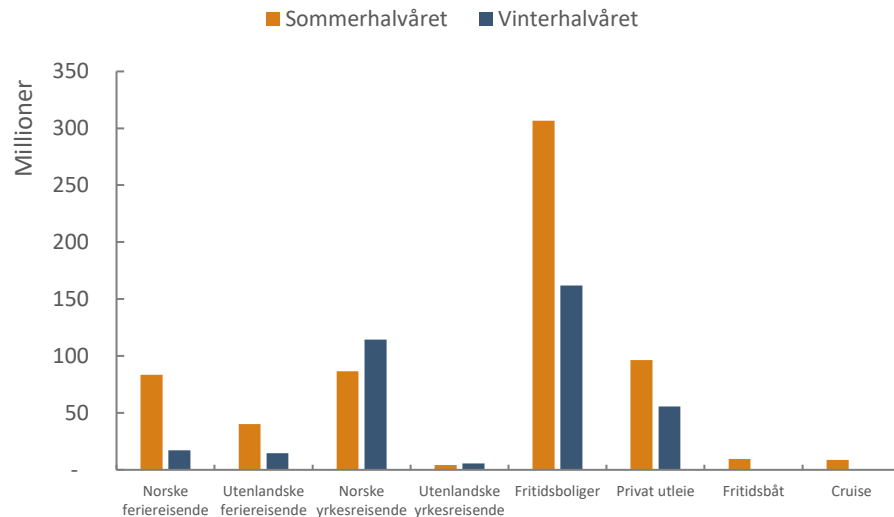
Tilreisende la igjen 1 milliard kroner i Sunnhordland i 2019

Vi beregner at Sunnhordlands tilreisende la igjen rundt 1 milliard kroner i regionen i 2019, hvorav hytteturistene stod for nærmere halvparten av omsetningen. Inntektene fra feriereisende kommer i hovedsak om sommeren, mens yrkesreisende generer mer omsetning om vinteren.

Totalt genererer hytteturismen 470 millioner kroner i omsetning i Sunnhordlands næringsliv. Det høye tallet skyldes i all hovedsak at hyttene i Sunnhordland brukes et betydelig antall dager i året. I beregningene har vi både inkludert hytteturistenes forbruk innen reiselivet, men også innen varehandel og bygg/anlegg i forbindelse med hyttebygging-, vedlikehold og oppgradering. Dette fordi hytteturismen genererer inntekter til andre deler av næringslivet i Sunnhordland enn det en tradisjonell hotellgjest gjør.

Norske yrkesreisende er de besøkende som klart gir høyest inntekt til regionen av de kommersielt overnattende med sine 200 millioner kroner, mens privat utleie følger deretter med et forbruk som tilsvarer 150 millioner kroner i inntekt for det reiselivsrelaterte næringslivet.

Beregnet omsetning fra tilreisende i 2019 fordelt på sesong, marked og formål.
Sommerferien definerer vi som mai-oktober, og vinterferien som november-april.



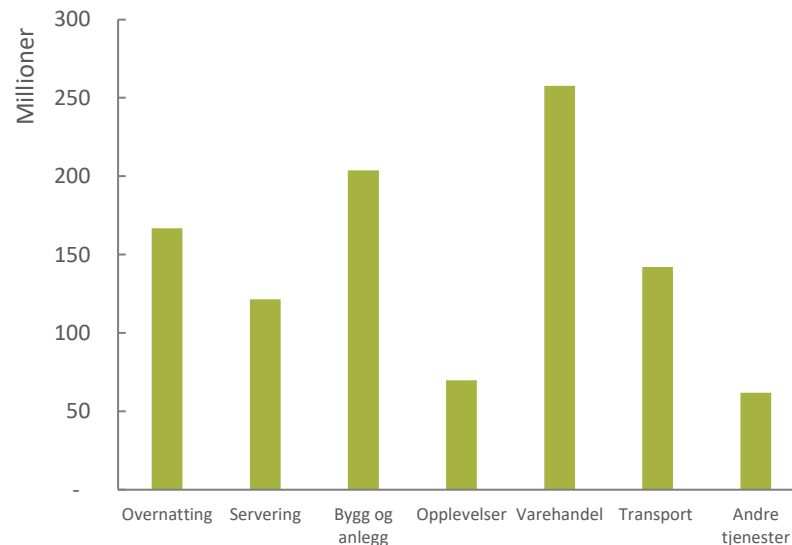
Høyest inntekter innen varehandel og bygg- og anleggsbransjen

Videre har vi beregnet den totale omsetningen fra de tilreisende per forbrukskategori for å få et tydeligere innblikk i hvordan forbruket fordeler seg på ulike næringer. Som figuren viser bærer fordelingen tydelig preg av at Sunnhordland er en destinasjon med mange hytteturister og leietakere av private boliger/fritidsboliger.

Omtrent 25 prosent av det totale forbruket fra de tilreisende tilfaller varehandelsbransjen og dette beløper seg til ca. 260 millioner kroner. Nesten like stor andel, 20 prosent, tilfaller bygg- og anleggsbransjen i regionen. Omsetningen i denne bransjen er både knyttet til selve byggingen av nye hytter, samt vedlikehold og oppgradering. Vi har tatt høyde for at noe av arbeidet utføres av håndverkere med arbeidsplass utenfor regionen ved å kun beregne omsetning fra lokale aktører.

Yrkesreisende sørget imidlertid for at den beregnede omsetningen i overnattingsbransjen endte på nærmere 170 millioner kroner fra de tilreisende i 2019. Hvorvidt omsetningen innen transport tilfaller kun de lokale aktørene knyttes det stor usikkerhet til, da forbrukernes oppgitte transportkostnader trolig både stammer fra transportmidler benyttet for å forflytte seg til regionen og innad i regionen. Bransjen er derfor utelatt fra beregningene.

Beregnet total omsetning fra de tilreisende per forbrukskategori i 2019. Millioner kroner.

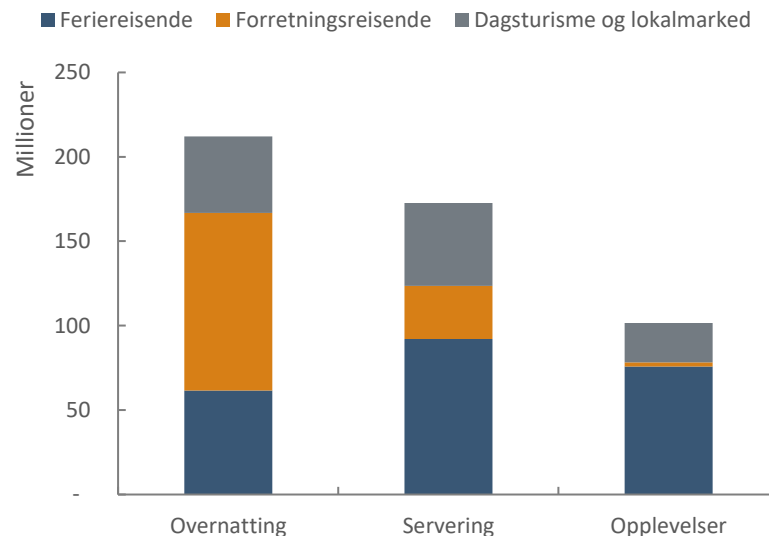


Feriereisende legger samlet sett igjen mest penger innen serverings- og opplevelsesbransjen

Etter å ha kartlagt omsetningen fra tilreisende per næring ser vi nærmere på reiselivets innholdsbransjer; overnatting, servering og opplevelser. Feriereisende er den viktigste inntektskilden til reiselivet i Sunnhordland, som står for om lag 50 prosent av selskapenes totale omsetning. Videre står feriereisende for den høyeste andelen av omsetningen innen både servering og opplevelser, mens innen overnatting er det de forretningsreisende som gir høyest inntekt. Dagsturister og lokalbefolkningen synes å være et viktig segment, særlig for serveringsaktørene i regionen.

Beregningene er gjort ved å estimere tilreisendes forbruk ut fra gjestetatistikk og forbruksundersøkelser på hva tilreisende bruker på overnatting, servering og opplevelser delt på total omsetning i de rapporteringspliktige foretakene i Menons regnskapsdatabase. Vi beregner at de lokale bruker 45 millioner kroner på overnatting. Trolig er tallet noe for høyt ettersom hoteller også tilbyr servering uten å skille dette ut i sine regnskaper. Sagt på en annen måte fremstår serveringsbransjen som noe undervurdert.

Beregnet omsetning fra tilreisende i 2019 sammenliknet med total omsetning i reiselivets innholdsbransjer. Kilde: Menon



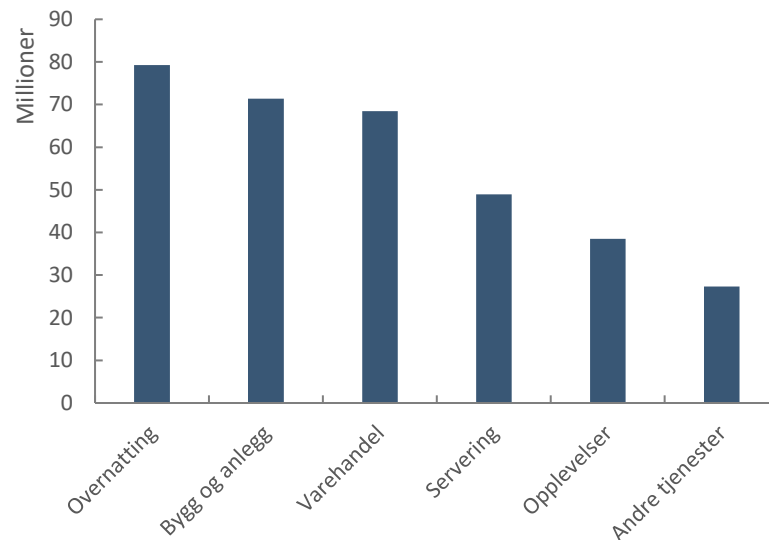
Tilreisende bidrar til 340 mill. kroner i verdiskaping i næringslivet

Tilreisendes forbruk i 2019 la grunnlag for en verdiskaping på drøyt 260 millioner kroner i det reiselivsrettede næringslivet i Sunnhordland. Inkluderer vi også verdiskapingen innen bygg- og anleggsbransjen som utbygging og vedlikehold av hytter legger grunnlag for, øker beløpet til 340 millioner kroner.

Verdiskaping er definert som bedriftenes lønnskostnader og driftsresultat før skatt, avgifter, nedskrivninger og avskrivninger. Verdiskaping er dermed den omsetningen som «blir igjen» i bedriftene etter at vare- og tjenestekjøp for å avlønne innsatsfaktorene arbeidskraft og kapital er foretatt.

Verdiskapingen fra tilreisendes forbruk fordeler seg ulikt mellom de forskjellige bransjene i figuren til høyre. Verdiene skapt innen overnatting er høyest og utgjør 80 millioner kroner, tett etterfulgt av verdiskapingen på 72 millioner kroner innen bygg og anlegg. Handelsnæringen har en verdiskaping på ca. 68 millioner kroner knyttet til tilreisendes forbruk. Selv om handelsbransjen får store inntekter fra turistene, er den direkte verdiskapingen i varehandel liten, noe som skyldes at en større del av inntektene går til leverandører i verdikjeden.

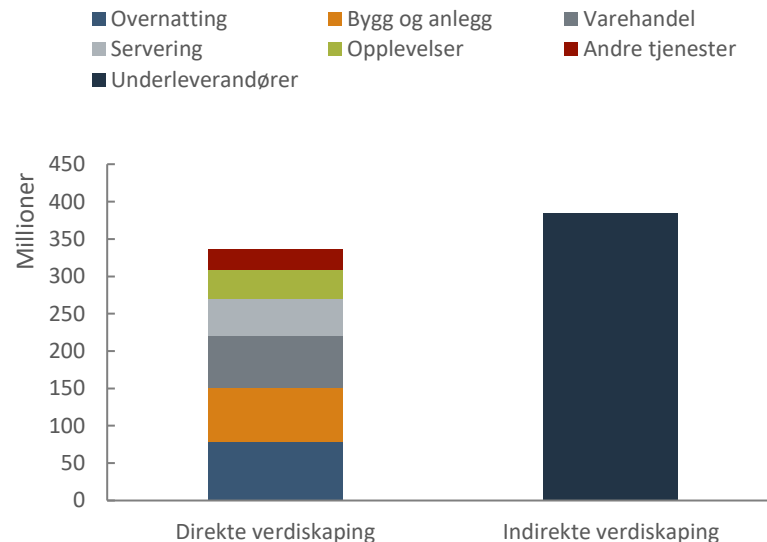
Verdiskaping avledet av de tilreisendes beregnede forbruk i 2019. Millioner kroner.



Og over 385 mill. kroner i verdiskaping i verdikjeden

I tillegg til at 340 millioner kroner av verdiskapingen i næringslivet i Sunnhordland kan knyttes til de tilreisendes forbruk og investeringer, vil reiselivsnæringen, handelsbransjen og bygg- og anleggsbransjen gjøre innkjøp hos sine underleverandører på rundt 385 millioner kroner. Verdiskapingen hos norske underleverandører er således på nivå med den direkte verdiskapingen fra de tilreisendes forbruk. Den indirekte verdiskapingen er beregnet ut i fra lokal reiselivsnærings vare- og tjenestekjøp i Norge, og tilfaller dermed ikke bare lokalt næringsliv. Indirekte verdiskaping er produksjonen til under-leverandører gjennom hele verdikjeden. Direkte og indirekte verdiskaping summerer seg til reiselivets omsetning minus import til Norge for hele verdikjeden samlet.

Verdiskaping avledet av de tilreisendes beregnede forbruk i 2019, samt beregnede ringvirkninger hos innenlandske underleverandører. Millioner kroner.

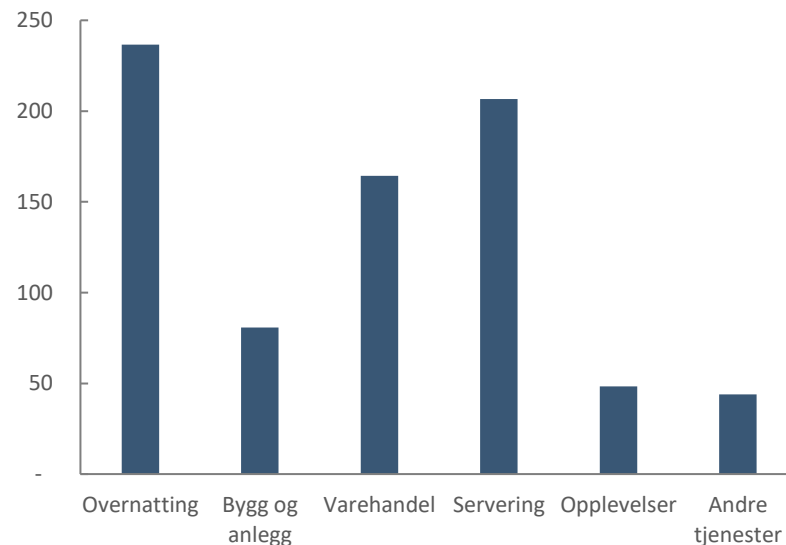


Forbruket legger grunnlag for om lag 800 arbeidsplasser i regionen

I 2019 la forbruket grunnlag for 800 arbeidsplasser i det reiselivsrettede næringslivet, inkludert varehandel og bygg/anlegg. Over halvparten av arbeidsplassene er innen overnatting og servering, som er arbeidsintensive bransjer. Mye av etterspørselen innen overnatting og servering er på kveldstid, helger eller i ferier, og en stor andel av arbeidsinnsatsen gjøres av deltids- og sesongarbeidere. For mange aktører har det vært vanlig praksis å bringe inn sesongarbeidskraft fra andre deler av landet eller fra utlandet. Av den grunn bor ikke alle arbeiderne nødvendigvis fast i regionen.

I Sunnhordland er det maritim næring og havbruksnæringen som skaper høyest verdier i næringslivet. De to næringene står for mellom 25 og 30 prosent av verdiskapingen hver seg i næringslivet, hvilket utgjør til sammen over 8 milliarder kroner. Til tross for at reiselivsnæringen ikke er i nærheten av den samme verdiskapingen, skaper reiselivsnæringen betraktelig flere arbeidsplasser per verdiskapingskrone, ettersom bransjen er svært arbeidsintensiv. Eksempelvis sysselsetter havbruksnæringen i overkant av 1 100 arbeidere i regionen, kun 300 arbeidere mer enn de tilreisende til Sunnhordland la grunnlag for i 2018.

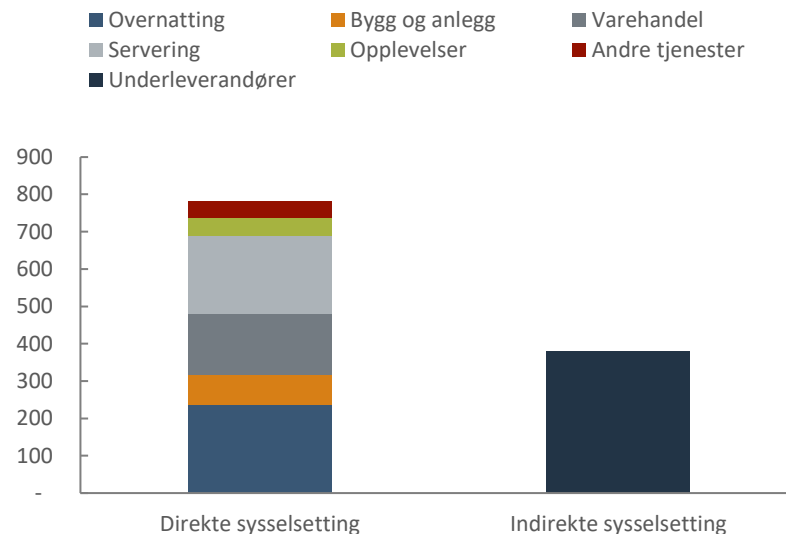
Syssetting avledet av de tilreisendes beregnede forbruk i 2019.



Og nærmere 400 arbeidsplasser i verdikjeden

Vi har videre beregnet at vare- og tjenestekjøp fra reiselivsnæringen, varehandel og bygg/anlegg tilsvarer nærmere 400 arbeidsplasser utover i den nasjonale verdikjeden. Forbruk legger grunnlag for flere arbeidsplasser i bedriftene som selger direkte til tilreisende enn hos underleverandørbedriftene. Dette skyldes at reiselivsbedriftene er mer arbeidsintensive enn underleverandørene; det skapes flere arbeidsplasser per omsetningskrone innen overnatting og servering enn hos for eksempel eiendomsselskap eller andre vare- og tjenesteleverandører. Mange av de indirekte sysselsatte i den nasjonale verdikjeden jobber og bor i andre deler av landet.









Sysselsetting avledet av de tilreisendes beregnede forbruk i 2019, samt beregnede ringvirkninger hos innenlandske underleverandører. Millioner kroner.





Del 2 - Bedriftsperspektivet:
Reiselivsnæringen i Sunnhordland

Kommunenes andel av omsetningen i reiselivets innholdsbransjer sett i forhold til antall innbyggere

								
(Antall - andel innbyggere)	Etne (4 062 - 6 %)	Sveio (5 766 - 9%)	Bømlo (11 957 - 18 %)	Stord (18 759 - 29 %)	Fitjar (3 189 - 5 %)	Tysnes (2 869 - 4 %)	Kvinnherad (13 071 - 20 %)	Austevoll (5 236 - 8 %)
Overnatting	12 %	0 %	3 %	36 %	9 %	2 %	21 %	16 %
Servering	5 %	3 %	9 %	52 %	1 %	4 %	19 %	38 %
Opplevelser	4 %	6 %	1 %	24 %	2 %	20 %	38 %	5 %

Figuren ovenfor viser at Stord er den største reiselivskommunen i Sunnhordland målt i omsetning innen innholdsbransjene, samtidig som kommunen har flest innbyggere i regionen. Kvinnherad er den nest største kommunen målt i antall innbyggere og har også en betydelig andel av omsetningen, særlig innen opplevelser. Et høyt antall innbyggere er ofte korrelert med et større reiseliv, men dette gjelder derimot ikke for Bømlo, regionens tredje største kommune etter antall innbyggere. Bømlo står for en beskjeden del av omsetningen innen samtlige deler av reiselivet. I den andre enden av skalaen skiller Austevoll, en relativt liten kommune, seg ut med å stå for nærmere 40 prosent av omsetningen innen servering. Tysnes utgjør en av de største kommunene innen opplevelsesbransjen, til tross for at kommunen kun står for 4 prosent av innbyggerne i regionen. Den høye omsetningen innen opplevelser kommer i all hovedsak fra Stiftelsen Tysnesfest. Som en liten kommune skiller Etne seg også ut med en relativt høy andel av overnattingsomsetningen.

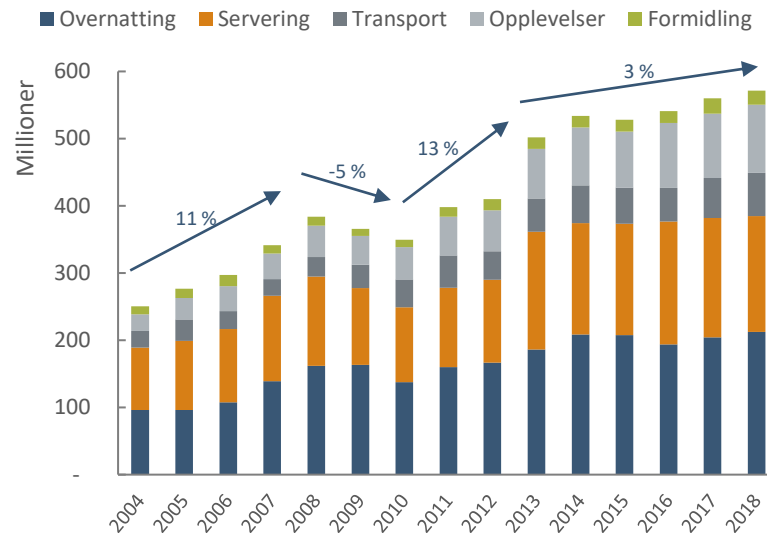
Inntektene i reiselivsnæringen har mer enn doblet seg siden 2004

I del 2 av rapporten kartlegger vi status og utvikling i reiselivsnæringen, som baserer seg på Menons regnskapsdatabase, bestående av alle norske rapporteringspliktige bedrifters regnskap.

Regnskapsdatabasen viser at reiselivsnæringen i Sunnhordland har hatt en god inntektsvekst fra 2004 til 2018, med mer enn en dobling i omsetning. Dette tilsvarer en nominell årlig vekst på 6 prosent. Overnattings- og serveringsaktørene i Sunnhordland genererer mest inntekter til reiselivet. I 2018 stod disse for nærmere 70 prosent av reiselivets totale omsetning. Overnattingsbransjen vokser mest, i kroner, gjennom perioden, men har også vært den bransjen med størst årlige svingninger. Stord Hotell, Bekkjarvik Gjestgiveri og Rosendal Fjordhotell er eksempler på overnattingsaktører som bidratt til høy vekst.

De siste fem årene har reiselivsnæringens årlige omsetningsvekst ligget på tre prosent, men det trenger ikke nødvendigvis bety tilsvarende verdiskapingsvekst. Økte inntekter kan også gå til underleverandører som eiendomsselskaper og administrative tjenester. Av den grunn undersøker vi næringens verdiskapingsutvikling i det videre.

Utvikling i total omsetning per reiselivsbransje. 2004-2018. Kilde: Menons regnskapsdatabase



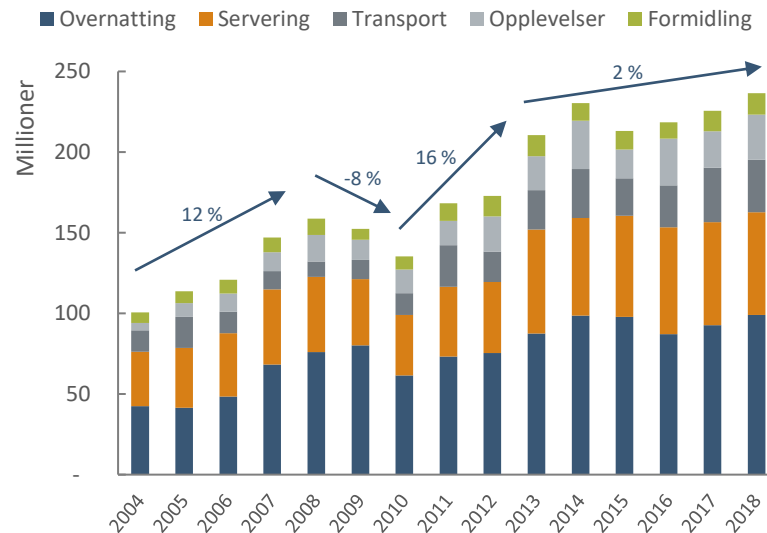
Noe lavere vekst i verdiskaping enn omsetning de siste fem årene

Verdiskapingen i reiselivet har økt fra 100 millioner kroner i 2004 til 240 millioner kroner i 2018. Det tilsvarer en samlet vekst på 135 prosent og en årlig nominell vekst på 6 prosent. Også når det gjelder verdiskaping er det overnattings- og serveringsbransjen som dominerer.

Vi finner igjen de samme svingningene i verdiskaping som vi gjorde i omsetning. Jevnt over følger utviklingen i verdiskaping og omsetning hverandre tett innen alle bransjer. Siden verdiskaping er definert som inntekter fratrukket vare- og tjenestekjøp, betyr det at bedriftenes kostnader til underleverandører som andel av omsetningen har holdt seg stabil.

Allikevel ser vi at verdiskapingsveksten har vært lavere enn omsetningsveksten de siste fem årene. Økte inntekter kan slå ut i høyere driftsresultat, hvilket gjør bedriftene i bedre stand til å gjøre investeringer og forbedre tjenestene og eiendomsmassen sin, eller økte lønnskostnader. Først retter vi blikket mot lønnskostnadene for å se om reiselivets omsetningsøkning har gitt sitt utslag her.

Utvikling i total verdiskaping per reiselivsbransje. 2004-2018. Kilde: Menons regnskapsdatabase



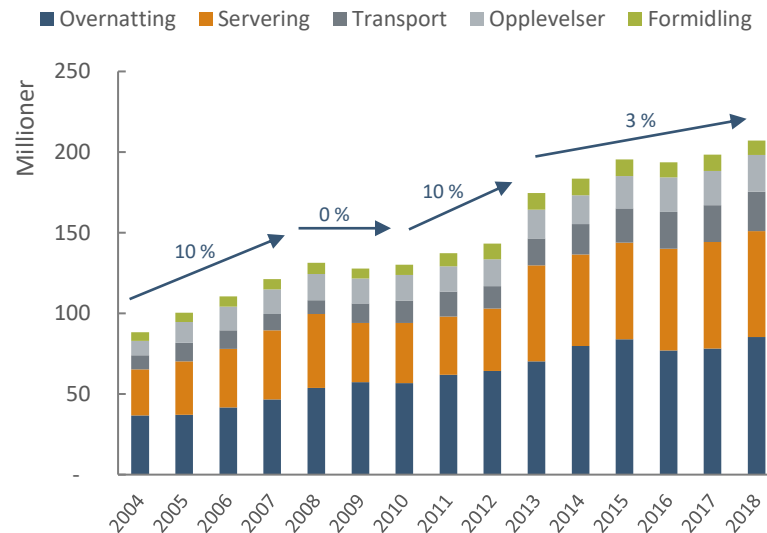
Lønnskostnadene har vokst noe mer enn verdiskapingen siden 2013

Siden 2004 har bedriftenes lønnskostnader hatt en svært positiv utvikling, med en samlet gjennomsnittlig vekst på 135 prosent. Veksten drives i all hovedsak av de samme bransjene som både har høyest inntekt og verdiskaping – nemlig overnattings- og serveringsbransjen.

Helt siden 2004 har lønnskostnadene økt mindre enn verdiskapingen i årene med verdiskapingsvekst. Dette gjaldt imidlertid kun frem til 2013. De siste fem årene har derimot lønnskostnadene hatt en nominell årlig vekst på 3 prosent, mot verdiskapingens 2 prosent. Alle bransjer har bidratt til lønnsveksten med økte lønnskostnader i disse årene.

Det kan ligge flere forklaringer bak den høye lønnsveksten de siste fem årene. Lønnskostnadene kan ha økt grunnet økte lønnskostnader per ansatt eller økt arbeidsinnsats. For å avgjøre hvilken av forklaringene som stemmer for reiselivsaktørene i Sunnhordland går vi over til å se på utviklingen i antall sysselsatte.

Utvikling i lønnskostnader i de fem reiselivsbransjene, 2004-2018. Kilde: Menon

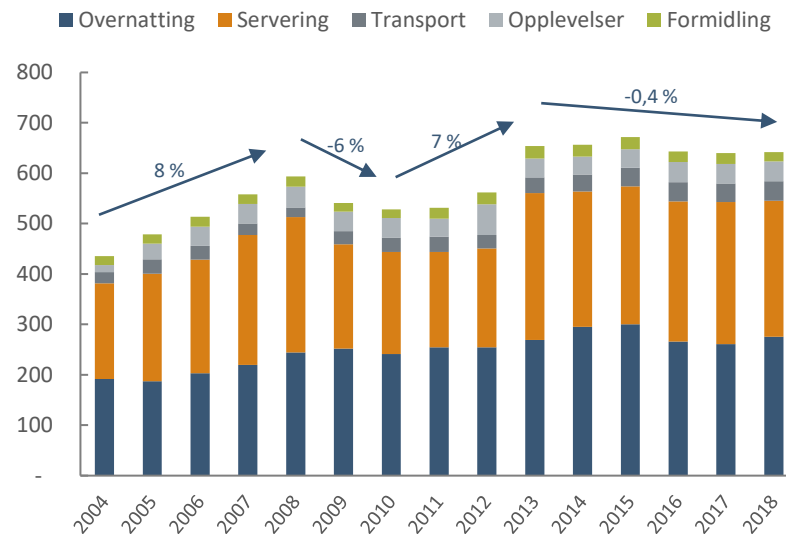


Redusert sysselsetting siste fem år - høyere lønnskostnader skyldes dermed økt lønn per arbeider

Figuren til høyre viser utviklingen i antall beregnede sysselsatte i reiselivsnæringen. Ettersom regelverket for innrapportering av antall ansatte ble endret i 2015, har vi beregnet antall ansatte for å sikre konsistens over tid. Antall ansatte er beregnet ut fra antall årsverk og forholdet mellom ansatte og årsverk per bransje. Antall årsverk er beregnet ut fra bedriftenes innrapporterte lønnskostnader, og gjennomsnittlig årslønn for heltidsansatte per bransje fra SSB. Det er knyttet noe usikkerhet til tallene, men metoden sikrer at vi kan sammenlikne antall ansatte før og etter 2015.

Det har vært en nedgang i antall sysselsatte i Sunnhordland de siste fem årene, samtidig som lønnskostnadene og inntektene har økt. Økt lønn per arbeider har trolig bidratt til å øke bedriftenes attraktivitet som arbeidsplass, men kan samtidig ha svekket deres kostnadmessige konkurransevne.

Utvikling i antall beregnede sysselsatte i de fem reiselivsbransjene. 2004-2018.
Kilde: Menon



Høyere avlønning av arbeidskraft har resultert i lavere lønnsomhet i innholdsbransjene siden 2013

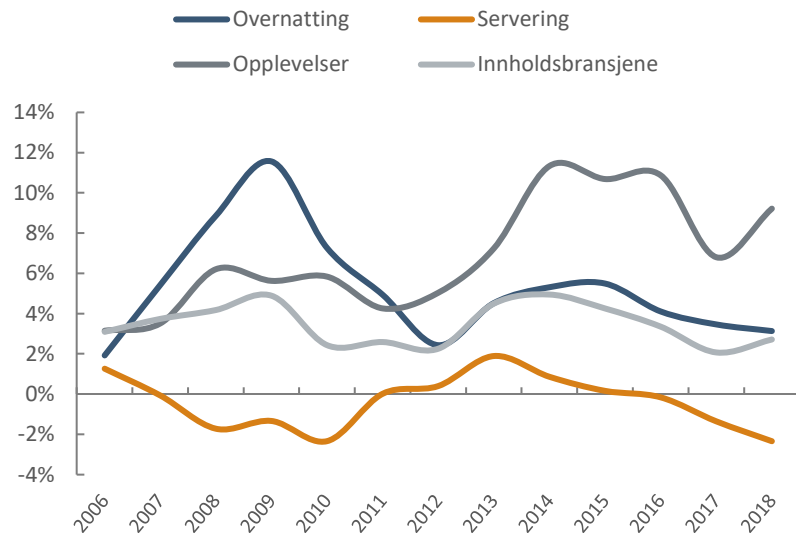
Reiselivsnæringen består av ulike typer produksjoner bundet sammen i en felles næring gjennom komplementaritet i markedet.

Innholdsbransjene, overnatting, servering og opplevelser, er lite kapitalintensive i sin produksjon, men krever til gjengjeld flere arbeidstakere. Det er med andre ord naturlig at en større andel av verdiskapingen går til avlønning av arbeidstakere og at en mindre del av inntektene tas ut som driftsresultat til å betjene lån.

Allikevel ser vi at den høye avlønningen av arbeidskraft i reiselivsbedriftene i Sunnhordland har økt noe mer enn verdiskapingsveksten og dermed resultert i fallende driftsresultat og tilhørende lønnsomhet i innholdsbransjene siden 2013. Figuren viser at dette særlig har gitt utslag for serveringsbedriftene som har en driftsmargin på -2 prosent. Selv om opplevelsesbransjen også har blitt mindre lønnsom de siste årene er denne bransjen langt mer lønnsom enn de andre innholdsbransjene.

Serveringsbransjens fallende lønnsomhet kan by på flere utfordringer. Lavere inntekter enn kostnader gjør at bedriftene eksempelvis må bruke av oppsparte midler og blir dermed sårbare i dårlige tider.

Lønnsomhet: Driftsmargin for innholdsbransjene – glidende gjennomsnitt. 2006-2018. Kilde: Menons regnskapsdatabase

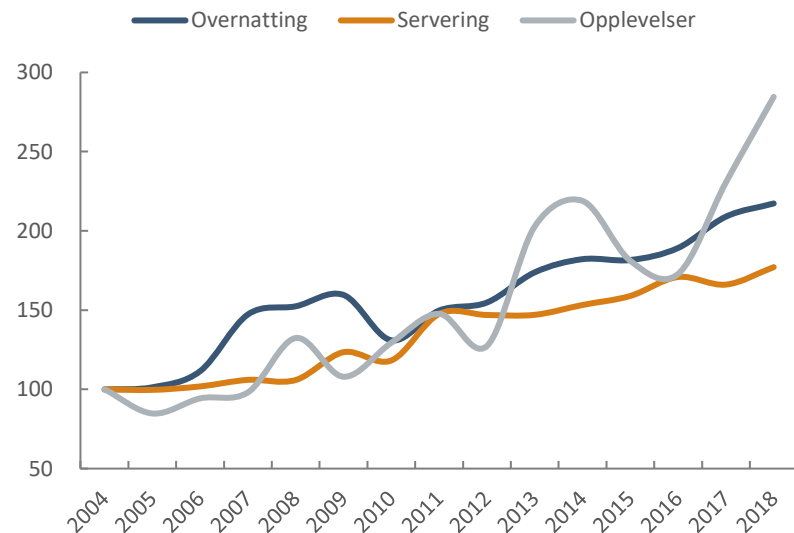


Høy vekst i innholdsbransjenes arbeidsproduktivitet

Videre undersøker vi hvordan arbeidsproduktiviteten i reiselivets innholdsbransjer har utviklet seg over tid. Produktivitet er et mål på produksjon per innsatsfaktor og viser forholdet mellom de ressursene man setter inn i produksjon og det som kommer ut. Et vanlig mål på produktivitet er verdiskaping per sysselsatt, dvs. den merverdi hver ansatt bidrar til å skape for en virksomhet i gjennomsnitt. For å unngå at prisveksten støyer til tallene har vi konsumprisjustert verdiskapingen gjennom perioden.

Figuren viser at arbeidsproduktiviteten for innholdsbransjene i Sunnhordland har steget betydelig gjennom hele perioden, men veksten har vært særlig høy de siste fem årene. Overnattings- og serveringsbransjen har fulgt hverandre tett, mens opplevelsesbransjen har hatt større svingninger. Endringen i arbeidsproduktivitet kan skyldes en reell endring i produktivitet, men beregningene er også følsomme for feil i målingene av sysselsetting, verdiskaping og prisvekst.

Indeksert utvikling i arbeidsproduktivitet (KPI-justert verdiskaping per sysselsatt) for innholdsbransjene, basisår=2004. Kilde: Menon

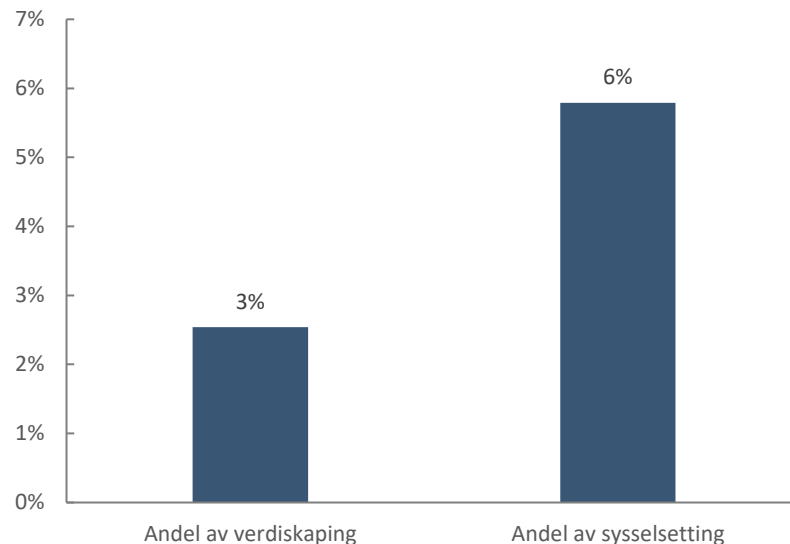


Reiselivet står for 3 prosent av verdiskapingen i Sunnhordlands næringsliv

Direkte verdiskaping og sysselsetting avledet av reiselivsrelatert forbruk og investeringer utgjør 3 prosent av verdiskapingen og 6 prosent av sysselsettingen i næringslivet i Sunnhordland. Det er imidlertid ikke bare den verdiskapingen og sysselsettingen som kan knyttes direkte til de tilreisendes forbruk og investeringer som må tas i betraktning. Reiselivsnæringen, handelsbransjen og bygg- og anleggsbransjen gjør også innkjøp lokalt. Dette skaper aktivitet og videre inntekter blant annet innenfor eiendomsbransjen, forretningstjenester og varehandel.

Tallene viser at reiselivets verdiskaping som de tilreisende legger grunnlag for utgjør et liten andel av det totale næringslivet i Sunnhordland. Det er særlig to næringer som står sterkt i regionen – den maritime næringen med både rederier, verft, tjenesteleverandører og utstyrsleverandører, og havbruksnæringen. De to næringene står for mellom 25 og 30 prosent av verdiskapingen hver seg i næringslivet, hvilket utgjør til sammen over 8 milliarder kroner. Til tross for at reiselivsnæringen ikke er i nærheten av den samme verdiskapingen, skaper reiselivsnæringen betraktelig flere arbeidsplasser per verdiskapingskrone, ettersom bransjen er svært arbeidsintensiv. Eksempelvis sysselsetter havbruksnæringen i overkant av 1 100 arbeidere i regionen, kun 300 arbeidere mer enn de tilreisende til Sunnhordland la grunnlag for i 2018.

Beregnet direkte verdiskaping og sysselsetting fra tilreisende som andel av total verdiskaping og sysselsetting i næringslivet i Sunnhordland.





Reiselivet i Sunnhordlands 8 kommuner

I denne delen av analysen ser vi nærmere på verdiskapingsutviklingen til hver av kommunene i Sunnhordland. Tallene er basert på Menons regnskapsdatabase, bestående av alle norske regnskapspliktige bedrifters regnskap.



Verdiskaping i Etne

Samlet verdiskapingsvekst i reiselivet 2004-2018 : 175 %

Største bedrifter i hver bransje:

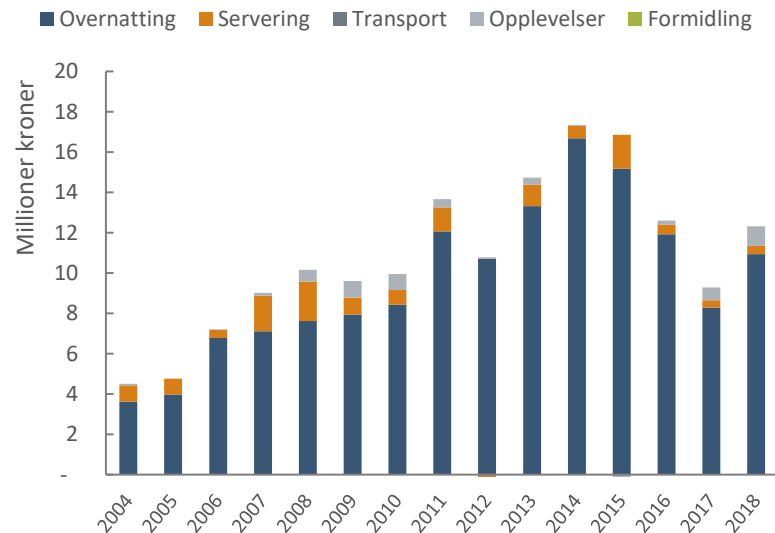
- Overnatting – Fugl Fønix Hotell
- Servering – Old River Saloon
- Opplevelser – Åkrafjorden Oppleving
- Transport – Ingen
- Formidling – Ingen

Fordeling av verdiskaping mellom bransjene i 2018:

- Overnatting – 89 %
- Servering – 3 %
- Opplevelser – 8 %
- Transport – 0 %
- Formidling – 0 %

Kommentar: Reiselivsnæringen i Etne består i all hovedsak av overnatting. Nedgangen innen overnatting i 2016 skyldes blant annet at Halvfjordingen gikk konkurs.

Utvikling i verdiskaping i Etne, per reiselivsbransje. 2004-2018. Kilde: Menon





Verdiskaping i Sveio

Samlet verdiskapingsvekst i reiselivet 2004-2018 : 195 %

Største bedrifter i hver bransje:

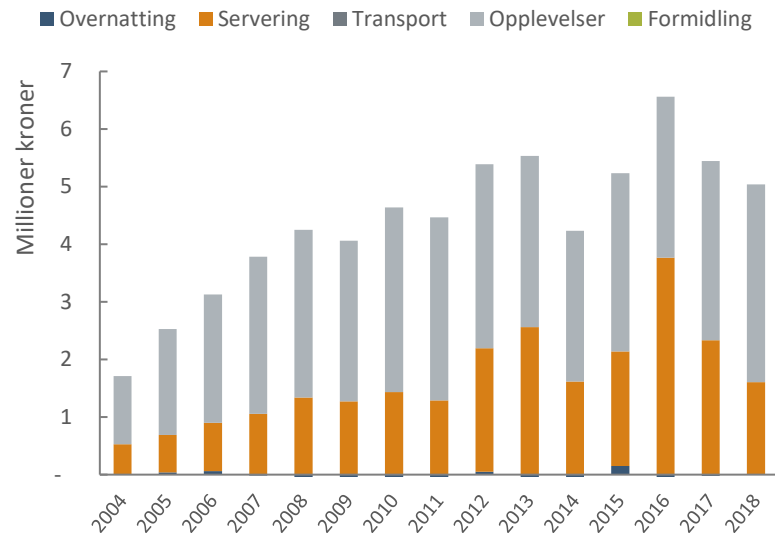
- Overnatting –Valevåg Bruk
- Servering – Catering Spesialisten
- Opplevelser – Sveio Golfpark
- Transport – Ingen
- Formidling – Ingen

Fordeling av verdiskaping mellom bransjene i 2018:

- Overnatting – 0 %
- Servering – 32 %
- Opplevelser – 68 %
- Transport – 0 %
- Formidling – 0 %

Kommentar: Verdiskapingen i reiselivsnæringen i Sveio består av nærmere 70 prosent opplevelser, som generes av en aktør – Sveio Golf.

Utvikling i verdiskaping i Sveio, per reiselivsbransje. 2004-2018. Kilde: Menon





Verdiskaping i Bømlo

Samlet verdiskapingsvekst i reiselivet 2004-2018 : 5 %

Største bedrifter i hver bransje:

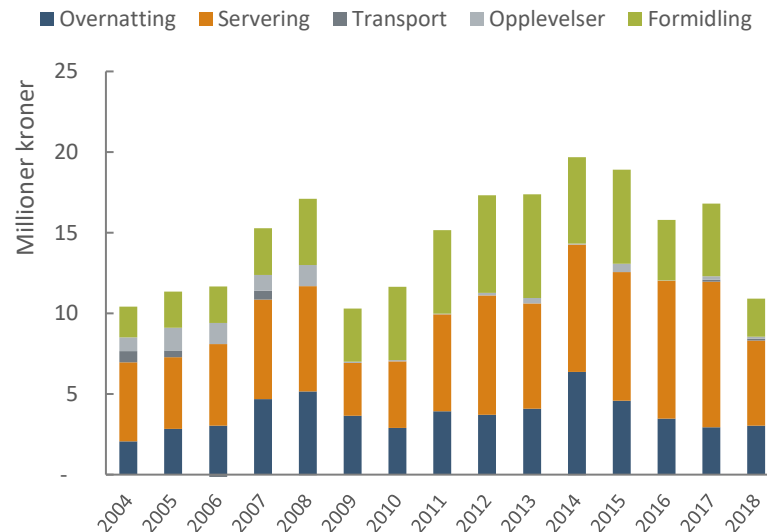
- Overnatting – Bømlo Hotell
- Servering – Bremnes Restaurant
- Opplevelser – Hummerparken på Espevær
- Transport – Bremnes drosje
- Formidling – G Travel Stord og Bømlo

Fordeling av verdiskaping mellom bransjene i 2018:

- Overnatting – 28 %
- Servering – 48 %
- Opplevelser – 1 %
- Transport – 1 %
- Formidling – 22 %

Kommentar: Bømlo har en relativt liten andel verdiskaping innen overnatting. Dette skyldes blant annet at vi ikke har fanget opp all utleie av rorbuer gjennom mindre aktører som også driver innen andre bransjer.

Utvikling i verdiskaping i Bømlo, per reiselivsbransje. 2004-2018. Kilde: Menon





Verdiskaping på Stord

Samlet verdiskapingsvekst i reiselivet 2004-2018 : 130 %

Største bedrifter i hver bransje:

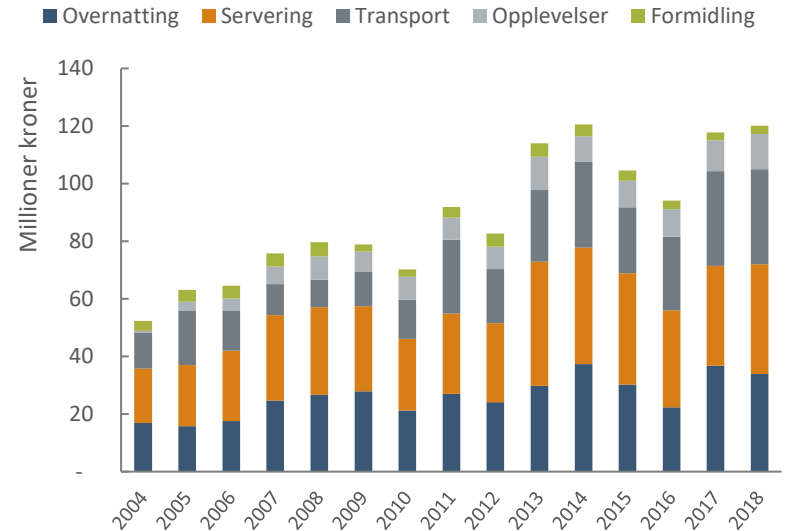
- Overnatting – Stord Hotell
- Servering – Bakeriet Frugård
- Opplevelser – Sunnhordland Museum
- Transport – Sunnhordland Lufthavn
- Formidling – G Travel Stord og Bømlo

Fordeling av verdiskaping mellom bransjene i 2018:

- Overnatting – 28 %
- Servering – 32 %
- Opplevelser – 10 %
- Transport – 27 %
- Formidling – 2 %

Kommentar: Stord er den kommunen i Sunnhordland med høyest verdiskaping innen reiselivsnæringen, med om lag 120 millioner kroner. Alle bransjer er representert i reiselivsnæringen og reiselivet fremstår variert.

Utvikling i verdiskaping på Stord, per reiselivsbransje. 2004-2018. Kilde: Menon





Verdiskaping i Fitjar

Samlet verdiskapingsvekst i reiselivet 2004-2018 : 170 %

Største bedrifter i hver bransje:

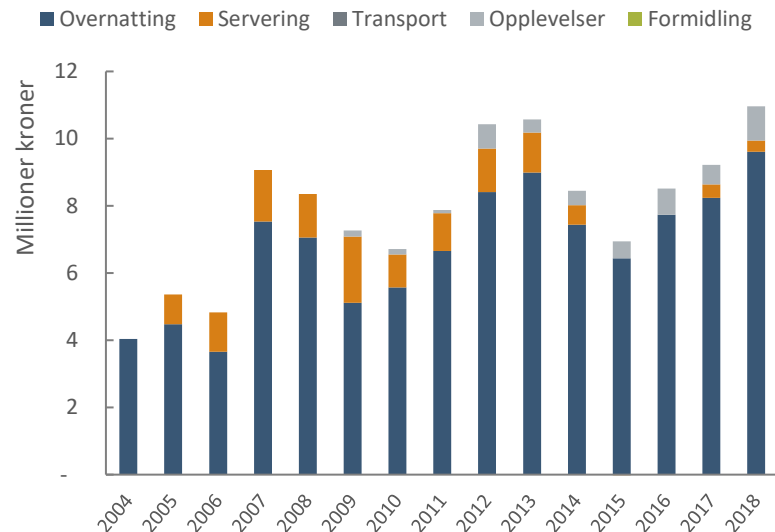
- Overnatting – Fitjar Fjordhotell
- Servering – PS Bryggekaffe
- Opplevelser – Smedholmen
- Transport – Ingen
- Formidling – Ingen

Fordeling av verdiskaping mellom bransjene i 2018:

- Overnatting – 88 %
- Servering – 3 %
- Opplevelser – 9 %
- Transport – 0 %
- Formidling – 0 %

Kommentar: Reiselivet i Fitjar består av et fåtall rapporteringspliktige aktører, 10 totalt. Omtrent 90 prosent av verdiskapingen kommer fra overnatting, der verdiskapingen fra Fitjar Fjordhotell utgjør 80 prosent av de skapte verdiene i overnattingsbransjen.

Utvikling i verdiskaping i Fitjar, per reiselivsbransje. 2004-2018. Kilde: Menon





Verdiskaping i Tysnes

Samlet verdiskapingsvekst i reiselivet 2004-2018 : -75 %

Største bedrifter i hver bransje:

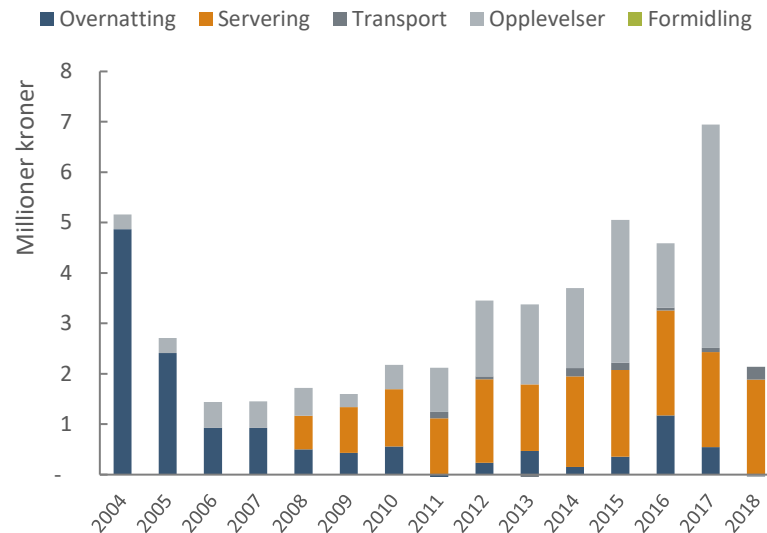
- Overnatting – Sjøstrand Fritid
- Servering – Mandelhuset
- Opplevelser – Tysnes Båtutleie
- Transport – Tysnes Turbuss
- Formidling – Ingen

Fordeling av verdiskaping mellom bransjene i 2018:

- Overnatting – 0 %
- Servering – 88 %
- Opplevelser – 0 %
- Transport – 12 %
- Formidling – 0 %

Kommentar: Opplevelsesbransjen i Tysnes kommune varierer mye fra år til år. Stiftinga Tysnesfest er den klart største aktøren i bransjen og variasjonen kommer i all hovedsak fra svingninger i stiftelsens verdiskaping.

Utvikling i verdiskaping i Tysnes, per reiselivsbransje. 2004-2018. Kilde: Menon





Verdiskaping i Kvinnherad

Samlet verdiskapingsvekst i reiselivet 2004-2018 : 100 %

Største bedrifter i hver bransje:

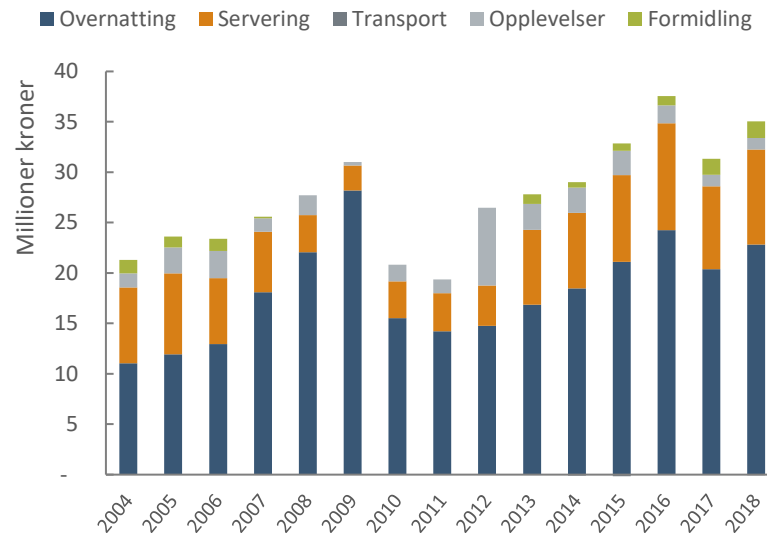
- Overnatting – Rosendal Fjordhotell
- Servering – Husnes Pizza
- Opplevelser – Fjellhaugen Skisenter
- Transport – Ingen
- Formidling – Ekspedisjonsreiser

Fordeling av verdiskaping mellom bransjene i 2018:

- Overnatting – 54 %
- Servering – 22 %
- Opplevelser – 20 %
- Transport – 0 %
- Formidling – 4 %

Kommentar: Kvinnherad er kjent for flere av sine overnattingsaktører som Rosendal Fjordhotell, Baroniet Rosendal og Rosendal Hotell. Kommunen har et stor tilbud innen overnatting med over 10 aktive rapporteringspliktige bedrifter.

Utvikling i verdiskaping i Kvinnherad, per reiselivsbransje. 2004-2018. Kilde: Menon





Verdiskaping i Austevoll

Samlet verdiskapingsvekst i reiselivet 2004-2018: 2620 %

Største bedrifter i hver bransje:

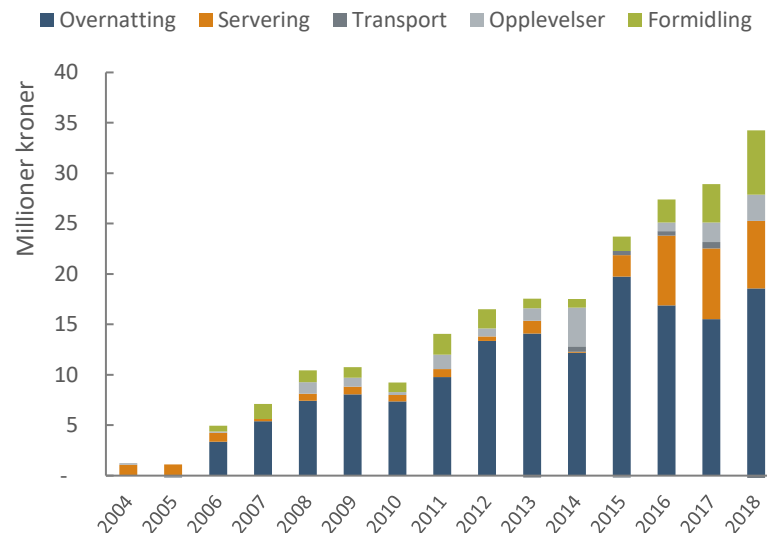
- Overnatting – Bekkjarvik Gjestgiveri
- Servering – Smakeriet Burgerbar
- Opplevelser – Raid
- Transport – Fjordland Cruise
- Formidling – Arriva

Fordeling av verdiskaping mellom bransjene i 2018:

- Overnatting – 55 %
- Servering – 20 %
- Opplevelser – 7 %
- Transport – 0 %
- Formidling – 19 %

Kommentar: Reiselivsnæringen i Austevoll har vokst enormt de siste 15 årene. Fra å kun bestå av et par puber i 2004 har reiselivsnæringen nå over 20 aktive rapporteringspliktige bedrifter. Tilveksten har vært særlig stor innen overnatting.

Utvikling i verdiskaping i Austevoll, per reiselivsbransje. 2004-2018. Kilde: Menon





Kilde: Ranveig Marie Nesse